



LAPORAN PENELITIAN

KARAKTERISTIK DAN ORIENTASI PENGEMBANGAN  
MANAJEMEN KEPARIWISATAAN DI JAWA TENGAH

Oleh:  
Drs. Muh. Dawam, SPd  
Dra. Harsasi, MPd

LEMBAGA PENELITIAN - UNIVERSITAS TERBUKA  
2001

**LAPORAN PENELITIAN**

**KARAKTERISTIK DAN ORIENTASI PENGEMBANGAN  
MANAJEMEN KEPARIWISATAAN DI JAWA TENGAH**

Oleh:  
Drs. Muh. Dawam, SPd  
Dra. Harsasi, MPd

**LEMBAGA PENELITIAN - UNIVERSITAS TERBUKA  
2001**

**Lembar Pengesahan  
Laporan Penelitian Lembaga Penelitian – UT**

- |                            |  |
|----------------------------|--|
| 1. a. Judul Penelitian     | : Karakteristik dan Orientasi Pengembangan Manajemen Kepariwisata di Jawa Tengah |
| b. Bidang Penelitian       | : Studi Indonesia  |
| c. Klasifikasi Penelitian  | : Penelitian Mula  |
| d. Bidang Ilmu             | : Sosial – Ekonomi   |
| 2. Ketua Peneliti          |  |
| a. Nama lengkap dan gelar  | : Drs. Muh Dawam, SPd.   |
| b. NIP                     | : 131 127 181  |
| c. Golongan Kepangkatan    | : Penata Muda Tk I / III B   |
| d. Jabatan Akademik        | : Asisten Ahli   |
| e. Fakultas / Unit Kerja   | : UPBJJ – UT Surakarta   |
| 3. Anggota Tim Peneliti    |  |
| a. Jumlah Anggota          | : 1 orang  |
| b. Nama Anggota/Unit Kerja |  |
| 1. Dra. Harsasi, MPd       |  |
| 2. _____                   |  |
| 4. Lama Penelitian         | : 10 bulan   |
| 5. Biaya Penelitian        | : Rp. 3.253.500 (Tiga juta dua ratus lima puluh tiga ribu lima ratus rupiah)     |
| 6. Sumber Biaya            | : Pusat Studi Indonesia  |

Pondok Cabe, 20 Desember 2001

Ketua Peneliti

Drs. Muh. Dawam, SPd.  
NIP : 131127181

Menyetujui  
Kepala Pusat Studi Indonesia

Durri Andriani, Ph.D  
NIP : 131569965



Mengetahui  
Dekan Kepala UPBJJ

Drs. Marno D, MM  
NIP : 130236551



Mengetahui  
Kepala Lembaga Penelitian UT

Dr. Uden S. Winataputra, MA  
NIP : 130267151



## ABSTRAK

Peneliti : Drs. M. Dawam S.Pd.

Judul : Karakteristik dan orientasi pengembangan manajemen di Jawa Tengah.

Tahun : 2001

Bidang Ilmu : Sosial – Ekonomi

Sumber abstraksi : Laporan Hasil Penelitian

Lokasi Laporan : Lembaga Penelitian, Perpustakaan – UT

### Abstraksi

Kepariwisataan merupakan komponen penting dalam proses pengembangan kinerja perekonomian. Oleh karena itu pengembangan sektor kepariwisataan pada dasarnya merupakan acuan untuk melihat seberapa besar potensi yang dapat memberikan nilai kemanfaatan yaitu tidak saja dalam hal penerimaan negara-daerah, tetapi juga aspek penyerapan tenaga kerja dan perbaikan kesejahteraan masyarakat secara sistematis. Jawa tengah sebagai bagian dari potensi kepariwisataan di Indonesia pada dasarnya juga dituntut untuk memacu sektor kepariwisataannya secara berkelanjutan.

Tujuan penelitian ini adalah mengkaji karakteristik kepariwisataan di Jawa Tengah yang pada gilirannya akan dapat memfokuskan bagi proses pengembangan manajemen kepariwisataan Jawa Tengah. Oleh karena itu, manfaat penelitian ini tidak hanya terfokus pada aktualisasi tuntutan pengembangan kepariwisataan di Jawa Tengah. Tapi juga kepariwisataan nasional.

Model penelitian ini mengacu pada spesifikasi analisis SWOT dengan pengambilan sampel didasarkan pada akumulasi penerimaan terbesar dari sejumlah daerah tujuan wisata (DTW) yang ada di Jawa Tengah. Dari total DTW yang ada dipilih 20 sampel. Selain itu, juga dipadukan dengan argumen 50 responden dari sejumlah wisatawan, pengelola wisata dan juga masyarakat di sekitar DTW.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa karekteristik kepariwisataan di Jawa Tengah ternyata masih didominasi oleh wisatawan alam. Selain itu, keberagaman potensi DTW di Jawa Tengah masih belum semuanya dioptimalkan yang salah satu keterbatasannya yaitu aspek minimal alokasi dana untuk promosi wisata. Oleh karena itu, strategi pengembangannya mengacu pada sejumlah sisi potensi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada melingkupi kepariwisataan di Jawa Tengah.

Saran yang dikemukakan yaitu pihak-pihak yang terkait dan berkompeten dalam nilai pengembangan kepariwisataan harus melakukan koordinasi secara terpadu dengan semua pihak, baik sektoral ataupun lintas sektoral.

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Lembar Pengesahan .....	ii
Abstrak .....	iii
Daftar Isi .....	iv
Daftar Tabel .....	v
Daftar Gambar .....	vi
BAB I Pendahuluan .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II Tinjauan Pustaka .....	7
A. Perkembangan Kepariwisata .....	7
B. Potret Kepariwisata .....	12
C. Penelitian Sebelumnya .....	18
BAB III Metodologi Penelitian .....	23
A. Sampel Penelitian .....	23
B. Pengumpulan Data .....	25
C. Model Penelitian .....	26
D. Analisis Data .....	27
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	29
A. Pemilihan Sampel .....	29
B. Responden .....	32
C. Pembahasan .....	32
D. Analisis .....	47
BAB V Kesimpulan dan Saran .....	62
A. Kesimpulan .....	62
B. Saran .....	65
Daftar Pustaka .....	70



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Prediksi kunjungan wisatawan di 4 negara Asean .....	11
Tabel 2.2 Kunjungan wisatawan mancanegara dan perolehan devisa .....	15
Tabel 4.1 Klasifikasi sampel .....	31
Tabel 4.2 Aset kepariwisataan di Jawa Tengah .....	35
Tabel 4.3 Jumlah pengunjung obyek wisata di Jawa Tengah .....	36
Tabel 4.4 Pendapatan obyek wisata .....	38
Tabel 4.5 Sumbangan sektor pariwisata terhadap PAD .....	38
Tabel 4.6 Anggaran dinas pariwisata Jawa Tengah .....	40
Tabel 4.7 Jumlah usaha pariwisata Jawa Tengah dan daya serap TK .....	42
Tabel 4.8 Arus wisatawan asing di Jawa Tengah .....	45
Tabel 4.9 Klasifikasi obyek wisata di Jogjakarta .....	50
Tabel 4.10 Kegiatan promosi dan pemasaran di Jawa Tengah .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Sinergi pengembangan kepariwisataan .....	18
Gambar 3.1 Keterkaitan strategi pengembangan kepariwisataan .....	27

## BAB I PENDAHULUAN

Pembahasan dalam bab ini lebih menitikberatkan pada kajian tentang aspek latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan juga manfaat penelitian. Spesifikasi terhadap sisi kajian dari masing-masing sub bab akan lebih memperjelas pemahaman tentang penelitian.

### A. Latar belakang

Krisis ekonomi yang menimpa perekonomian nasional, nampaknya semakin mempersulit upaya pemerintah untuk memacu nilai devisa. Efek bola salju krisis ekonomi telah menurunkan nilai kinerja perekonomian secara makro. Paling tidak, hal ini terlihat dari sisi Pusat Data Bisnis Indonesia (PDBI) yang menyatakan bahwa krisis mengakibatkan nilai kinerja 166 perusahaan publik afiliasi konglomerat mengalami penurunan drastis. *World Economic and Social Survey (WESS)* menyatakan bahwa realitas perekonomian dunia mengalami kontraksi 3% akibat krisis ekonomi. Realitas runyamnya kinerja sejumlah perusahaan publik nasional tentunya menjadi kajian yang menarik terutama dikaitkan dengan prospektus perekonomian dan upaya untuk lebih memacu devisa sebagai sumber penerimaan negara untuk mendukung operasionalisasi pembangunan.

Kajian terhadap nilai devisa dan penerimaan negara sangat relevan dengan penetapan nilai anggaran yang pada tahun 2000/2001 mengalami

(Sumber --)



penurunan karena minimnya sumber pemasukan. Konsekuensinya yaitu mengharuskan pemerintah untuk lebih meningkatkan bantuan luar negeri, baik dalam bentuk bantuan program ataupun bantuan proyek. Oleh karena itu sangatlah beralasan kalau pemerintah berusaha untuk mengoptimalkan semua potensi penerimaan, termasuk dalam hal ini yaitu optimalisasi peran dari sektor pariwisata. Permasalahannya bahwa optimalisasi sumber penerimaan harus didukung iklim usaha yang kondusif dan iklim sospol yang mantap. Tanpa itu semua, maka harapan terhadap optimalisasi penerimaan akan menjadi rancu. Oleh karena itu kasus teror bom dan kasus ledakan bom yang marak dalam beberapa bulan terakhir dapat menjadi indikator tentang rapuhnya kondisi stabilitas dan hal ini akan sangat membahayakan bagi pembangunan, termasuk juga dalam kaitan dengan aspek untuk menarik kunjungan wisatawan karena adanya jaminan rasa aman yang minim.

Dalam konteks perekonomian global dukungan fundamental internal sangat penting untuk mengantisipasi fluktuasi yang terjadi. Dengan kata lain, nilai kokohnya fundamental internal akan meningkatkan *bargaining power* yang secara tidak langsung akan memungkinkan suatu negara untuk berperan lebih aktif dalam peta persaingan global yang makin ketat menuntut prinsip efisiensi-produktifitas. Urgensi fundamental internal pada dasarnya sudah ter-cover di haluan negara yang menegaskan bahwa pemerintah mengupayakan kemandirian dan peran bantuan asing hanyalah pelengkap pendanaan pembangunan. Meski demikian, realitas menunjukkan bahwa kemandirian masih jauh dari harapan (lihat konsekuensi ajuan *blue print* setiap menjelang sidang tahunan CGI).

Konsekuensi dari kemandirian, maka sangatlah beralasan kalau pemerintah berusaha untuk memacu perolehan negara, terutama nilai penerimaan dalam negeri. Permasalahannya, kemandirian bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan. Selain itu, upaya peningkatan pendapatan negara juga makin sulit, terutama pasca *oil boom*. Oleh karena itu, sangat beralasan kalau anggota dewan sempat menolak rencana pemerintah merevisi (lagi) anggaran. Alasan rasional dibalik penolakan itu karena dalam revisi anggaran ternyata 46%-nya merupakan hutang luar negeri yang terdiri dari bantuan program dan bantuan proyek. Realitas itu tentunya sangat bertentangan dengan amanat haluan negara yang menegaskan bahwa bantuan asing hanyalah pelengkap pendanaan pembangunan. Oleh karena itu pemerintah harus lebih mengoptimalkan semua sumber-sumber devisa, yang salah satunya adalah sektor pariwisata.

→ perlu peningkatan  
Lagi mengapa pariwisata?

## B. Rumusan Masalah

Konsekuensi terhadap urgensi pengembangan sektor pariwisata, terutama dikaitkan dengan penyerapan devisa dan aspek yang terkaitnya, maka diperlukan suatu pengkajian yang komprehensif terhadap berbagai faktor yang mendukung orientasi pengembangan sektor pariwisata. Propinsi Jawa Tengah sebagai bagian integral dari pintu gerbang pariwisata nasional pada dasarnya juga mempunyai peran yang sangat penting untuk mendukung pengembangan sektor pariwisata, termasuk juga kaitannya dengan rencana strategis dalam bentuk akses pengembangan kawasan Joglosemar dan implementasi dalam kaitan dengan otonomi daerah. Dalam kaitan ini, maka rumusan masalahnya adalah:



1. Aspek Perencanaan yaitu bagaimana strategi perencanaan yang dilakukan oleh sektor kepariwisataan dalam melihat, menghadapi, dan mengantisipasi berbagai fluktuasi perekonomian nasional dan global yang makin menuntut efisiensi dan produktifitas? Apakah strategi perencanaan yang dilakukan oleh sektor kepariwisataan Jawa Tengah sudah dilakukan secara tepat dan berkelanjutan?
2. Aspek Finansial yaitu apakah aspek finansial (permodalan) yang dilakukan bagi upaya pengembangan sektor kepariwisataan di Jawa Tengah sudah dilakukan dengan tepat? Apakah kebijaksanaan pemerintah (baik pusat atau pmda) tentang kemudahan prosedural - perijinan bagi pengembangan kepariwisataan sudah optimal? Bagaimana upaya dan strategi optimalisasi peran dari alokasi dana (baik dari pusat atau daerah) bagi pengembangan kepariwisataan?
3. Aspek pemasaran yaitu bagaimana strategi pemasaran yang telah dan akan dilakukan untuk mendukung "profitabilitas" kepariwisataan di Jawa Tengah? Apakah strategi pemasaran yang dilakukan sudah optimal? Faktor-faktor apa yang sekiranya menjadi kendala bagi orientasi pemasaran kepariwisataan di Jawa Tengah? Faktor-faktor apa yang sekiranya lebih dipacu untuk mendukung profitabilitas kepariwisataan?
4. Aspek Sumber Daya Manusia yaitu bagaimana upaya pengembangan kesejahteraan SDM kepariwisataan di Jawa Tengah? Faktor-faktor apa yang menjadi kendala dalam upaya peningkatan kualitas SDM kepariwisataan?

### C. Tujuan Penelitian

Sesuai permasalahan yang dikemukakan maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik kepariwisataan di Jawa Tengah. Konsekuensi identifikasi karakteristik tersebut tentunya akan dapat dirumuskan berbagai upaya dan strategi pengembangan kepariwisataan di Jawa Tengah yang secara tidak langsung akan dapat memacu kinerja perekonomian dan pendapatan asli

daerah serta memacu pendapatan masyarakat. Secara spesifik, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui secara detail karakteristik kepariwisataan di Jawa Tengah, yaitu tidak saja dalam lingkup internal (mikro), tetapi juga dalam lingkup eksternal (makro), terutama dikaitkan dengan orientasi strategi pengembangan manajemen kepariwisataan Jawa Tengah.
2. Untuk mengetahui langkah-langkah strategis perencanaan yang dilakukan sebagai upaya untuk menghadapi dan mengantisipasi fluktuasi ekonomi dan persaingan yang semakin ketat, terutama perencanaan strategis pasca kerusuhan dan krisis ekonomi serta kejenuhan wisatawan (baik asing maupun domestik).
3. Untuk mengetahui aspek finansial yang terkait dengan orientasi pengembangan sektor kepariwisataan di Jawa Tengah, yaitu tidak saja dalam bentuk alokasi dana anggaran yang berorientasi bagi pengembangan kawasan wisata, tapi juga strategi optimalisasi peran dari alokasi dana tersebut bagi faktor terkaitnya.
4. Untuk mengetahui berbagai strategi pemasaran yang telah dan akan dilakukan untuk mendukung profitabilitas kepariwisataan di Jawa Tengah. Tujuan ini pada dasarnya juga mengacu pada sisi tantangan berbagai faktor yang menjadi kendala utama dalam upaya penentuan strategi pemasaran kepariwisataan di Jawa Tengah. Klarifikasi terhadap berbagai kendala itu secara tidak langsung akan dapat dipakai untuk menentukan langkah antisipatif yang bersifat komprehensif.
5. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kendala dan strategi pengembangan bagi kesejahteraan SDM yang terkait dengan obyek dan subyek kepariwisataan di Jawa Tengah.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Melihat kecenderungan krisis yang semakin berkepanjangan dan urgensi pengembangan sektor kepariwisataan untuk lebih meningkatkan kinerja perekonomian, pendapatan asli daerah dan memacu *income* perkapita masyarakat serta penyerapan tenaga kerja, maka penelitian yang terkait dengan orientasi dan



strategi pengembangan kepariwisataan mempunyai nilai manfaat ganda, yaitu tidak saja bagi pemda, tapi juga masyarakat. Oleh karena itu, manfaat penelitian ini adalah:

1. Memberikan gambaran detail dan spesifik tentang karakteristik kepariwisataan Jawa Tengah sehingga diharapkan dapat diformulasikan suatu nilai strategi pengembangan kepariwisataan yang berskala global yang secara konkret dapat meningkatkan dan sekaligus memacu kinerja perekonomian, tidak saja dalam lingkup Jawa Tengah, tapi juga nasional.
2. Bagi pelaku yang terkait dengan sektor kepariwisataan manfaatnya dapat mengetahui berbagai kekuatan, kelemahan, peluang dan kondisi ancaman yang mungkin muncul sehingga dapat menentukan berbagai langkah antisipatif - strategis dengan orientasi yang mengacu pada nilai komprehensif (makro).
3. Bagi Pemda Jawa Tengah, yaitu akan dapat mengetahui berbagai permasalahan dan nilai urgensi pengembangan manajemen kepariwisataan sehingga dalam penentuan kebijaksanaan dapat memberikan dan memacu peluang bagi pengembangan sektor kepariwisataan.
4. Bagi investor, dapat lebih mudah untuk melakukan suatu identifikasi bagi orientasi pengembangan bisnisnya sehingga memberikan sisi kontribusi ganda, yaitu tidak saja bagi pengembangan kepariwisataan, tetapi juga profitabilitas bagi pihak-pihak yang terkait dengan kerjasamanya.
5. Bagi dunia akademis, yaitu dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang aspek manajemen kepariwisataan sehingga akan meningkatkan pemahaman dalam aspek teoritis, tidak saja tentang realitas sektor kepariwisataan di Jawa Tengah, tapi juga aspek teoritis manajemennya.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini lebih menitikberatkan pada kajian tentang tinjauan pustaka yang tidak lain merupakan suatu acuan tentang berbagai faktor dan kondisi yang melingkupi kepariwisataan yang terdiri dari perkembangan kepariwisataan, potret kepariwisataan dan penelitian sebelumnya.

### A. Perkembangan Kepariwisata

Kecenderungan krisis ternyata memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap perubahan perilaku konsumen, termasuk konsumen wisatawan, tidak saja wisatawan yang datang ke Indonesia, tetapi juga dinegara lain. Oleh karena itu, perlu adanya langkah strategis bagi upaya pemulihan ketertarikan kepariwisataan global sehingga diharapkan dapat lebih membangkitkan laju potensi dan devisa dari sektor pariwisata. Realita persaingan global menuntut perbaikan kualitas dalam semua bidang, tidak saja dalam bentuk produk tetapi juga jasa. Konsekuensi terhadap perbaikan kualitas pada gilirannya akan bisa memberikan manfaat dalam bentuk penyerapan devisa yang dipergunakan untuk meningkatkan pendanaan internal (konsekuensi kemandirian, dikaitkan dengan makin lemahnya sektor migas).

Konsekuensi terhadap tuntutan sumber dana internal, maka sektor pariwisata mendapat prioritas untuk lebih dipacu nilai penerimaannya. Yang menjadi persoalan adalah dana untuk mendukung promosi pariwisata sangat kecil yaitu dalam APBN 1999/2000 hanya Rp.92,8 miliar yang berarti turun 0,85%



dari sebelumnya. Oleh karena itu, sangatlah beralasan kalau pelaku usaha di sektor pariwisata kecewa atas minimnya dana alokasi yang akan dipakai untuk menunjang promosi wisata nasional sebagai komitmen "*Let's go Indonesia*".

Dalam hal kaitan ini, menurut perhitungan kasar dari Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) bahwa alokasi dana promosi minimal 2% dari devisa yang dihasilkan oleh sektor pariwisata. Bahkan menurut Ketua Umum PHRI, Pontjo Sutowo, menegaskan bahwa jika pihak pemerintah berkomitmen untuk memacu sektor pariwisata sebagai sumber devisa setelah migas maka pemerintah wajib untuk melakukan alokasi dana yang cukup besar kepada sektor pariwisata (*Bisnis Indonesia*, 25 April 1998). Fakta ini sekaligus menunjukkan bahwa sisi pengembangan sektor kepariwisataan tidak bisa terlepas dari akumulasi dana yang nilainya tidak kecil.

Bahwa selama ini kegiatan promosi yang terkait dengan proses pembentukan citra pariwisata Indonesia di luar negeri didanai pemerintah yang dijalankan Badan Promosi Pariwisata Indonesia (BPPI) dengan alokasi dananya bersumber pada penyisihan 2% dari nilai 10% Pajak Pembangunan (PP 1) yang dipungut dari industri perhotelan dan restoran. Selain itu, krisis minimnya alokasi dana promosi pariwisata masih ditambah lagi dengan aksi kerusuhan dan unjuk rasa (termasuk juga dalam hal ini adalah aksi *sweeping* kepada WNA yang terjadi di sejumlah daerah) yang menurunkan jaminan rasa aman berwisata sehingga menurunkan *image* kepariwisataan nasional.

Secara eksplisit, pelaku bisnis sektor pariwisata menegaskan bahwa tahun 1998 lalu merupakan tahun yang memilukan bagi laju operasionalisasi

kepariwisataan nasional. Oleh karena itu pemerintah berkomitmen untuk bisa mengadakan *recovery plan* sektor pariwisata. Selain itu, maraknya kasus teror dan peledakan bom dalam beberapa bulan terakhir secara tidak langsung juga sangat berpengaruh terhadap kinerja sektor kepariwisataan, termasuk juga dalam hal ini yaitu terjadinya tragedi teror pesawat terbang atas gedung WTC yang secara tidak langsung menurunkan keyakinan publik atas jaminan rasa keamanan bepergian dengan pesawat.

Menurut Dirjen Pariwisata, I Gde Ardika, prioritas utama *recovery plan* yaitu pemulihan citra yang terdiri 4 program yaitu *media counter*, *fam tour*, kerjasama dengan *tour operator* asing dan pengoperasian *crisis center*. Meskipun demikian, kita tetap berkeyakinan bahwa program itu akan kurang bermakna jika tak didukung alokasi dana promosi yang representatif. Dalam APBN 2000/2001 ditetapkan alokasi dana Rp.92,8 miliar diprioritaskan untuk pengembangan pariwisata, seni budaya, baik ditingkat pusat maupun daerah dengan kegiatannya, yaitu *pertama:* melanjutkan promosi pariwisata di dalam negeri dengan pembinaan sadar wisata masyarakat luas, pembinaan generasi muda dan kelompok pecinta seni - budaya, menyelenggarakan secara selektif berbagai acara kepariwisataan, kegiatan seni - budaya, serta promosi melalui media cetak dan elektronik.

*Kedua:* melaksanakan promosi luar negeri dengan misi utamanya yaitu pemulihan citra pariwisata terutama dipasar-pasar wisatawan potensial melalui *media counter*, *travel trade co-operation*, *fam tour* dan *crisis center* serta dengan upaya untuk lebih mendayagunakan KBRI/KJRI, termasuk juga dengan



mengikuti agenda bursa-bursa pariwisata berskala terbatas. *Ketiga:* melaksanakan beberapa acara kepariwisataan dan kegiatan seni dan budaya berkala nasional maupun internasional terutama acara-acara yang dikenal di luar negeri. *Keempat:* menyusun rencana pengembangan pariwisata seni dan budaya ditingkat pusat - daerah, termasuk pula menyiapkan beberapa langkah reformasi yang diperlukan untuk mengantisipasi kegiatan pariwisata pasca krisis dan perubahan kebijaksanaan pemerintah serta untuk lebih banyak menarik peran dan juga partisipasi masyarakat dan investasi swasta.

*Kelima:* mengembangkan obyek daya tarik wisata, kegiatan seni budaya serta pembangunan fasilitas kepariwisataan di daerah. Termasuk pula dengan program pelaksanaan jaring pengaman sosial (JPS) di daerah disekitar obyek wisata. *Keenam:* melakukan pembinaan usaha kepariwisataan serta seni - budaya untuk lebih meningkatkan mutu produk dan pengelolaan serta kemampuan pelayanan.

Ke-6 program itu pada dasarnya merupakan nilai implementasi dari tujuan proses pengembangan pariwisata yaitu *pertama:* rencana dalam jangka pendek adalah sektor pariwisata menjadi suatu lokomotif dan magnet yang dapat menormalkan kembali perekonomian Indonesia, dan *kedua:* rencana jangka panjang yaitu bahwa sektor pariwisata diharapkan dapat mendukung perekonomian nasional sejalan dengan implementasi revolusi triple-T.

Mengacu peliknya permasalahan di seputar kepariwisataan, bahwa realita perkembangan sektor kepariwisataan terkait dengan komitmen *Let's go Indonesia* dan nilai penyerapan devisa. Dari 9 sektor ekonomi ternyata untuk

sektor perdagangan, restoran dan hotel menempati urutan yang ke-3 dalam menyumbang nilai produk domestik regional bruto (PDRB) setelah sektor industri pengolahan dan pertanian (BPS, 1997). Hal ini menunjukkan, bahwa kepariwisataan mempunyai kontribusi yang cukup besar dalam perekonomian nasional (lihat tabel 2.1). Penelitian Saputro (1998) menunjukkan bahwa ada hubungan antara jumlah hotel dengan kondisi perekonomian di daerah yang secara eksplisit lebih meningkatkan *income* perkapita masyarakat. Akumulasi jumlah hotel akan meningkatkan perekonomian daerah dan *income* perkapita (Jusuf, 1997; Wiyasa, 1997; Nugroho, 1997; Parikesit dan Trisnadi, 1997).

Tabel 2.1 Prediksi kunjungan wisatawan di 4 negara Asean

NEGARA TAHUN	JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN (DALAM JUTA)						
	1993	(%)	2000	(%)	2003	(%)	RATA-2
INDONESIA	3,41	3,46	7,82	5,28	11,09	6,06	10,3
MALAYSIA	6,51	6,61	8,76	5,92	9,65	5,28	3,4
PHILIPINA	1,37	1,39	2,41	1,63	3,02	1,65	6,9
SINGAPURA	5,76	5,85	8,82	5,96	11,05	6,04	5,6
THAILAND	5,76	5,85	8,98	6,07	11,99	6,56	6,3

Sumber: Qamaruzzaman M (1998), Prospek pengembangan pariwisata pantai - bahari, Usabawan 11/XXVII, November, hal.5-11.

Selain itu, kajian Deparpostel menegaskan bahwa pengembangan sektor kepariwisataan akan meningkatkan perekonomian daerah melalui 2 cara yaitu: nilai belanja wisatawan atas produk lokal yang secara tak langsung akan meningkatkan *income* perkapita dan juga penyerapan TK karena sektor pariwisata cenderung padat karya yang tentunya akan memacu *income* bagi masyarakat. Statistik Indonesia (BPS 1998) menyebutkan bahwa jumlah akomodasi kepariwisataan (termasuk didalamnya jumlah hotel) di Jawa



menempati urutan ke-1 dalam lima tahun terakhir, sedang khusus untuk Jawa Tengah ternyata merupakan propinsi yang mempunyai fasilitas akomodasi kepariwisataan urutan ke-4 setelah Bali, Jakarta dan Yogyakarta, serta dengan persentase tingkat hunian yang cukup lama yaitu 45%. Ini menunjukkan bahwa Jawa Tengah merupakan kawasan yang potensial dalam sisi kepariwisataan karena adanya perbaikan *income* perkapita masyarakat sebagai konsekuensi perkembangan pesat sektor perdagangan, restoran dan hotel.

Konsekuensi peningkatan jumlah hotel yang terkait dengan proses perkembangan kepariwisataan akan semakin memacu nilai PAD. Urgensi atas pengembangan kepariwisataan yang terkait dengan laju peningkatan *income* perkapita - penyerapan TK maka pemerintah menyelenggarakan Pasar Wisata Indonesia pada tahun 1998 yang tak lain merupakan upaya dan strategi untuk memulihkan kembali *image* kepariwisataan nasional yang sempat menurun akibat gejolak sospol beberapa bulan terakhir. Menurut Managing Director Badan Promosi Pariwisata Indonesia (BPPI), Wuryastuti Sunario, bahwa sisi kepariwisataan Indonesia masih prospektus dan ini didukung hasil *Indonesia Forum* beberapa waktu lalu yang identik dengan penegasan bahwa "*the waiting game is over*" (*Bisnis Indonesia*, 27-9-1998).

## B. Potret Kepariwisataa

Pemahaman tentang kepariwisataan pada dasarnya tidak hanya dari sisi sekadar melancong, tetapi juga terkait dengan banyak aspek. Oleh karena itu kepariwisataan dewasa ini semakin berkembang menjadi suatu sisi industri

raksasa dengan nilai kontribusi yang tidak kecil. Fakta ini secara tak langsung justru menuntut para pelaku bisnis di sektor kepariwisataan ini lebih proaktif dalam mensikapi perkembangan yang ada, yaitu tidak saja perkembangan dari sisi permintaan domestik - internal, tetapi juga dari luar, termasuk juga dalam hal ini yaitu tuntutan aplikasi teknologi tinggi dan pemberdayaan masyarakat.

Adanya keyakinan terhadap fenomena ini, maka Indonesia dengan semua potensi yang ada diharapkan dapat mencari peluang untuk menyerap mobilitas turis dunia. Argumen ini lebih banyak didasarkan pada penegasan dari *futurolog* John Naisbitt dalam bukunya *Global Paradox* yang secara riil menyatakan bahwa aspek turisme akan menjadi sumber penghasilan terbesar dan terkuat dalam pembiayaan perekonomian global. Alasannya yaitu karena sektor kepariwisataan mampu mempekerjakan sekitar 204 juta orang (karena padat karya) dan mampu menghasilkan sekitar 10,2% dari PDB dunia, serta mampu menyeter sekitar 655 MUSD melalui pajak, menyumbang 10,9% nilai belanja konsumen, dan juga akumulasi sekitar 10,7% investasi modal. (Sumber)

Aktualisasi terhadap urgensi pengembangan sektor kepariwisataan, maka World Tourism Organizational (WTO) sepakat menetapkan tanggal 27 september sebagai *World Tourism Day*. Refleksi terhadap acuan penancangan ini juga dikaitkan dengan tema-tema besar, termasuk juga dalam hal ini yaitu keterkaitannya dengan kepedulian lingkungan sebab bagaimanapun juga laju pengembangan kepariwisataan tak bisa terlepas dari ketersediaan lingkungan. Terkait hal ini, bahwa tema sentral di tahun 2000 lalu yaitu perpaduan antara teknologi dan alam sebagai tantangan pengembangan kepariwisataan global.



Tema ini diangkat karena acuan dari konferensi Bumi tahun 1992 di Rio de Janeiro yang menegaskan tentang aplikasi teknologi sebagai dasar kearifan bagi lingkungan alam.

Selain itu, WTO juga telah sepakat untuk menerapkan *global code for ethics for tourism*. Dalam hal prosedural ini, WTO mengingatkan tentang peran penting pemerintah, swasta dan masyarakat sebagai komponen penting dalam pengembangan kepariwisataan. Intinya, kepariwisataan harus menjadi sarana bagi pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan dengan segenap aspek kebudayaan yang melingkupinya.

Dengan melihat sejumlah pemahaman tentang prospek dan urgensi pengembangan kepariwisataan, maka yang menjadi pertanyaan adalah proses apa yang sudah dan akan dilakukan oleh Indonesia? Pertanyaan ini sangatlah relevan untuk diajukan sebab potret kepariwisataan kita pada beberapa tahun terakhir sangat ironis, terutama dikaitkan dengan adanya aksi massa dan juga aksi sweeping (konsekuensi adanya *travel warning*). Padahal, itu semua jelas akan sangat mempengaruhi hal intensitas penarikan wisatawan, yaitu tak saja domestik, tetapi juga mancanegara (lihat tabel 2.2).

Tabel 2.2 Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Perolehan Devisa

Tahun	Wisatawan	Pertumbuhan (%)	Devisa (JUSD)	Pertumbuhan (%)
1989	1.625.965	25	1.284,5	25
1990	2.177.566	33,92	2.105,29	63,90
1991	2.569.870	18,02	2.522,01	19,79
1992	3.064.161	19,23	3.278,19	29,98
1993	3.403.138	11,06	3.986,58	21,61
1994	4.006.312	17,72	4.785,26	20,03
1995	4.324.229	7,94	5.228,34	9,26
1996	5.034.472	16,42	6.307,69	20,64
1997	5.185.243	2,99	5.321,46	-15,64
1998	4.606.416	-11,16	4.331,09	-18,61
1999	4.727.520	2,63	4.710,22	8,75
2000*	1.948.365	-	1.959,80	-

Ket: data tahun 2000 adalah data sementara

Sumber: Pusat Sistem Informasi Depparsenbud (*Manajemen*, nopember 2000).

Dari tabel diatas menunjukan bahwa tantangan ke depan dalam hal pengembangan sektor kepariwisataan adalah tidak mudah dan ini jelas sangat membutuhkan adanya keterpaduan dan sinergi dari semua bidang secara lebih komprehensif dan berkelanjutan. Adanya tuntutan terhadap keterpaduan bagi pengembangan sektor kepariwisataan tak lain mengacu kenyataan riil bahwa sektor kepariwisataan sangat terkait pada 4 hal yaitu: daya tarik, accessibility, sarana - prasarana dan promosi yang berkelanjutan - sistematis.

Terkait dengan ke-4 hal tersebut, bahwa secara umum diakui yaitu masih rendahnya daya tarik kepariwisataan yang kita jual kepada publik. Hal ini seharusnya menjadi perhatian bersama, yaitu tidak saja pemerintah pusat, pemerintah daerah, masyarakat di sekitar obyek wisata dan juga investor yang berkompeten dalam sektor kepariwisataan (dan yang terkaitnya). Sebenarnya, Indonesia mempunyai keberagaman obyek wisata yang laku untuk dijual dan ini



secara tidak langsung justru menjadi tantangan yang menarik untuk dapat lebih dieksplorasi.

Terkait dengan hal keberagaman tersebut, yang sangat disayangkan bahwa potensi pengembangannya masih sangat minim. Selain itu, yang harus lebih dikaji, bahwa menjual obyek wisata tidak hanya mengandalkan pada sisi keasliannya saja tetapi juga harus ada proses pengemasan lainnya yang secara spesifik (untuk membedakan dengan obyek wisata lain). Mengacu pada fakta ini, maka harus ada pemahaman bahwa menjual obyek wisata harus terfokus pada keinginan pasar.

Selain pemahaman tentang pengemasan obyek wisata yang sesuai dengan keinginan pasar, faktor lain yang perlu untuk diperhatikan yaitu akses dari dan ke obyek wisata. Fakta ini tentunya juga tak bisa terlepas dari proses pembangunan transportasi. Padahal selama krisis yang sudah berjalan 3 tahun ini justru banyak maskapai penerbangan yang menutup jalur-jalur kurus (dan bukan tidak mungkin jalur kurus tersebut juga menghubungkan dengan obyek wisata). Secara tidak langsung, bahwa putusnya hubungan jalur-jalur tersebut secara otomatis juga mematikan kehidupan obyek wisata. Mengacu pada nilai pentingnya pengembangan transportasi, yang juga tidak harus dilupakan yaitu pelayanan yaitu mulai dari yang minimal sampai yang maksimal.

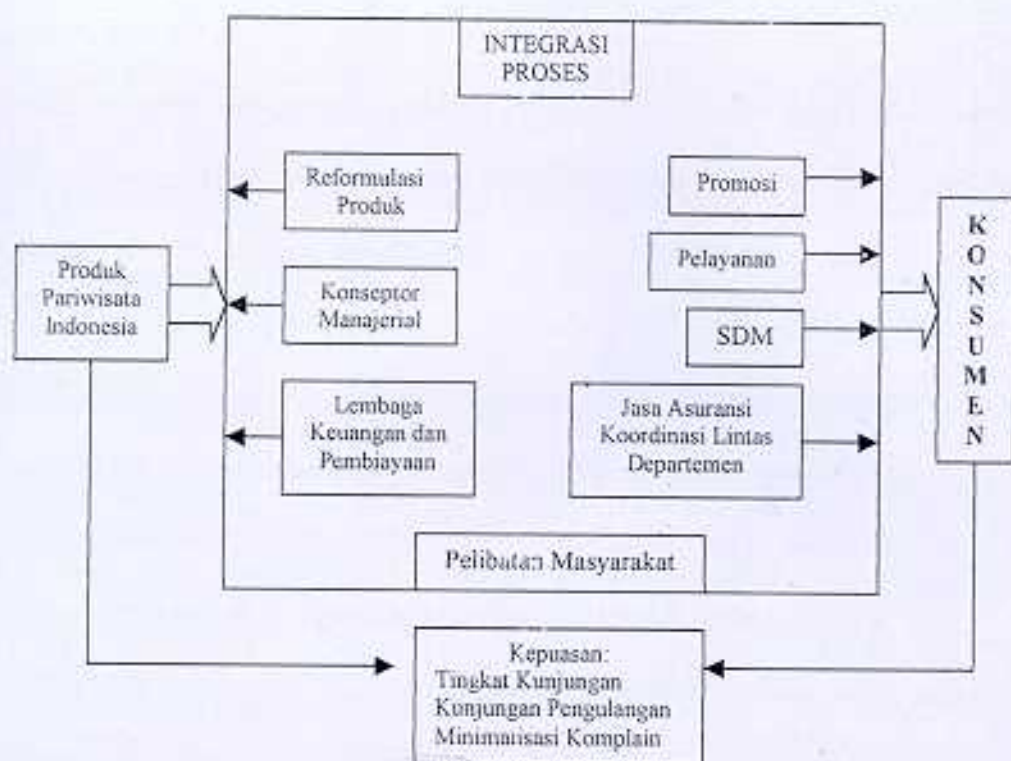
Dari ketiga faktor pendukung tersebut, tentunya juga harus dipacu oleh promosi. Secara umum diakui bahwa persoalan promosi menjadi sesuatu yang unik sebab menjual pariwisata tak bisa dilakukan dengan mendatangkan produk langsung kepada konsumen dan jalan utamanya yaitu dengan melalui program

promosi secara gencar dan berkelanjutan. Selain itu, hal membangun pariwisata adalah dengan membangun awareness terhadap obyek wisata yang akan dijual. Artinya, bila citra positif sudah terbentuk, maka secara otomatis akan menjadi daya tarik tersendiri.

Lepas dari masalah pendanaan promosi pariwisata, yang jelas, nilai alokasi APBN untuk pembiayaan promosi justru makin tipis. Bahkan, apabila dibandingkan dengan negara Asean lainnya ternyata sisi alokasi dana promosi kepariwisataan kita masih sangat tertinggal. Paling tidak kita bisa mengkaji dari alokasi dana promosi pariwisata di Singapura yang mencapai 0,3 MUSD (kita 15 JUSD dan Thailand 73 JUSD, pada tahun 1995). Fakta aktualisasi gencarnya promosi tentu juga harus diimbangi dengan aspek kondisi stabilitas sospol. Oleh karena itu, apalah artinya promosi yang gencar jika ternyata sisi keamanan sospol kita semakin rapuh. Oleh karena itu, pemahaman ini secara tidak langsung menunjukan bahwa pengembangan kepariwisataan merupakan suatu kegiatan yang terintegrasi secara komprehensif (*lihat gambar 2.1*).



Gambar 2.1 Sinergi pengembangan kepariwisataan



Sumber: Manajemen, nopember 2000

### C. Penelitian sebelumnya

Pengembangan sektor kepariwisataan tidak dapat terlepas dari soal jaminan keamanan sosial politik. Oleh karena itu, munculnya seruan *travel warning* yang dikeluarkan sejumlah negara pada dasarnya menunjukkan bahwa kondisi kepariwisataan kita mengalami sisi penurunan. Konsekuensinya yaitu penurunan perolehan nilai devisa dari sektor pariwisata. Selain itu bahwa di dalam perkembangan proses reformasi, ternyata dunia pariwisata cenderung terlupakan. Paling tidak, hal ini terlihat dari minimnya antusias para politikus dan pers nasional dalam menyinggung perkembangan sektor kepariwisataan nasional.

Padahal realita menunjukkan kepariwisataan sangat berperan penting dalam menunjang nilai devisa dan penyerapan TK (terutama dikaitkan dengan *booming* PHK dan pengangguran). Oleh karena itu, berbagai penelitian yang terkait dengan akses kepariwisataan sangatlah menarik dicermati. Paling tidak ini sangat terkait dengan konsekuensi makro yang melingkupinya. Mengapa demikian? Kepariwisata sebagai salah satu sisi potensi ekonomi merupakan bidang usaha yang multi dimensi. Secara riil, keberadaan dan perkembangan kepariwisataan pada saat ini sangatlah penting untuk mendukung pemulihan perekonomian, terutama dalam aspek penyerapan tenaga kerja dan perbaikan *income* masyarakat, serta peningkatan pendapatan asli daerah (PAD).

Oleh karena itu, jaminan stabilitas sopol menjadi salah satu faktor yang harus lebih ditingkatkan karena menyangkut kondisi jaminan keamanan. Sisi kecenderungan instabilitas sopol ternyata sangat mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan ke daerah tujuan wisata (DTW) Indonesia. Konfirmasi, jumlah wisman yang berkunjung ke DTW selama pelita V rata-rata mencapai 21,4% pertahun, sedangkan wisnu yang bepergian ke seluruh Indonesia pada tahun 1991 mencapai 64 juta orang dan jumlahnya meningkat menjadi 121 juta orang pada tahun 1998 (*Bisnis Indonesia*, 15 Mei 1999). Hal ini memang harus dicermati, terutama untuk mengantisipasi berbagai perubahan yang ada.

Konsekuensi dalam perkembangan sektor kepariwisataan ternyata memicu perkembangan sektor lain yang terkait yaitu pertumbuhan jumlah hotel (termasuk jaringan hotel internasional), usaha biro perjalanan wisata, dan bisnis yang terkait dengan unsur kepariwisataan. Sebagai perbandingan misal, pada



tahun 1991 sejak dicanangkannya *Visit Indonesia Year* (Tahun Kunjungan Indonesia) terdapat sekitar 458 hotel berbintang dengan jumlah kamar mencapai 43.472 buah, sedang pada akhir tahun 1998 terjadi lonjakan jumlah hotel mencapai 810 buah dengan 82.498 kamar (mengalami kenaikan 89,8% atau rata-rata 12,8%/tahun). Perkembangan jumlah hotel merupakan konsekuensi dari laju peningkatan jumlah wisatawan yang pada tahun 1998 mencapai 4,3 juta orang. Meskipun terjadi peningkatan, namun secara *absolut* justru terjadi penurunan. Bahkan, identifikasi penurunan jumlah wisatawan sudah terlihat sejak terjadinya krisis. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian yang terkait dengan kecenderungan terjadinya penurunan tersebut.

Penelitian Isdaryono (1997) memaparkan bahwa pengembangan kawasan wisata ternyata mampu meningkatkan potensi daerah, yaitu tak saja dalam konteks potensi ekonomi daerah, tetapi juga potensi kebudayaan dan sosial politik masyarakat. Secara eksplisit, disebutkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah adanya pengembangan obyek wisata di kawasan Maninjau Kabupaten Agam (Sumatera Barat). Dengan kata lain, pasca pengembangan kawasan wisata ternyata masyarakat merasakan adanya gejala perubahan lingkungan yang lebih menyenangkan dibandingkan dengan sebelum diadakannya pengembangan kawasan tersebut. Konsekuensi terhadap perubahan situasi yang menyenangkan yaitu terfokus pada kondisi yang lebih menyenangkan untuk tempat tinggal dan dalam konteks lebih menyenangkan untuk pekerjaan maupun usaha.

Isdaryono (1998) menunjukkan bahwa realitas sikap kejenuhan yang dirasakan wisman terfokus pada relatif konstannya atraksi yang ditampilkan. Dalam penelitian itu (studi kasus di Bali), menunjukkan bahwa mayoritas wisman adalah dari kawasan Oceania, status perkawinan adalah yang sudah menikah, kategori pekerjaan sebagai profesional, frekwensi terbanyak adalah mereka yang melakukan kunjungan yang ke-2 kali. Asumsi umum yang dapat dipetik dari peneltian ini adalah adanya pemahaman bahwa Bali mengalami perubahan.

Meskipun demikian diakui, konotasi terhadap perubahan memang menimbulkan kontradiksi, yaitu disatu sisi lebih memacu daya tarik wisata, namun disisi lain bisa menguranginya, yaitu apabila perubahan itu cenderung mengarah pada aspek seremonial semata. Apa yang dirasakan atas perubahan di Bali yaitu adanya suatu perubahan yang menunjukkan kondisi bahwa Bali menjadi sebuah kawasan yang ramai - padat dengan konsekuensi sejumlah bangunan modern, polusi suara dan udara. Meskipun demikian, kekaguman wisman terhadap Bali tetap tidak berubah (dan ini menjadi point tersendiri bagi Bali sebagai obyek wisata).

Selain itu, penelitian Binarwan (1998) menunjukkan bahwa potensi wisata agro memberikan suatu peluang yang cukup besar yaitu tak saja dalam bentuk retribusi pajak, tapi juga peningkatan nilai *income* masyarakat sekitar. Meskipun memberikan kontribusi yang cukup besar, tetapi publikasi terhadap wisata agro ini masih sangat minim. Paling tidak, ini terlihat dari minimnya jumlah wisman yang pada tahun 1993 hanya 2.745 dan tahun 1996 lalu hanya 10.046 orang (bandingkan dengan akumulasinya yaitu tahun 1993 mencapai



43.020 dan tahun 1996 menjadi 246.376 orang). Hasil penelitian ini pada dasarnya menunjukkan bahwa potensi pengembangan wisata agro cukup besar yang tentunya dapat meningkatkan penerimaan semua pihak.

Dari ke-3 penelitian itu dapat dikemukakan bahwa orientasi dalam pengembangan kepariwisataan memang sangat menjanjikan. Artinya ada nilai kemungkinan terhadap semua peluang dan juga tantangan dibalik orientasi pengembangan kepariwisataan, yaitu tidak saja di Jawa Tengah tetapi juga di Indonesia. Oleh karena itu perlu adanya sisi pemahaman yang komprehensif terhadap tuntutan dan strategi pengembangan kepariwisataan.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pembahasan dalam bab ini lebih menitikberatkan pada kajian tentang sampel penelitian, pengumpulan data, model penelitian, dan analisis data yang kesemuanya dipaparkan dalam suatu rangkaian yang sistematis untuk menggambarkan alur dalam proses penelitian.

#### **A. Sampel Penelitian**

Penelitian dilakukan dengan metode studi literatur dan studi lapangan. Studi literatur dalam penelitian ini lebih mengacu pada aspek untuk mengetahui berbagai karakteristik kepariwisataan di Jawa Tengah. Identifikasi terhadap studi literatur merupakan suatu langkah untuk lebih mempermudah dalam hal memahami berbagai perubahan yang terjadi, khususnya yang terkait dengan data kuantitatif.

Studi lapangan yang dipakai dalam penelitian ini terfokus pada upaya untuk dapat memahami karakteristik sektor pariwisata di Jawa Tengah. Studi lapangan dilakukan dengan metode observasi dan pengumpulan data melalui wawancara langsung dengan pihak-pihak yang berkompeten secara langsung dengan karakteristik dan pengembangan kepariwisataan di Jawa Tengah, tidak saja pengelola kepariwisataan, pemda, tetapi juga masyarakat setempat yang terkait langsung dengan pengelolaan kepariwisataan tersebut.

Sampel area penelitian ini adalah Jawa Tengah. Alasan utama dalam pemilihan sampel area Jawa Tengah yaitu karena Jawa Tengah merupakan salah



satu primadona wisata di Indonesia, kepadatan penduduknya relatif cukup kuat sehingga orientasi pengembangan kepariwisataan di Jawa Tengah akan mampu memberi kontribusi yang cukup besar bagi masyarakat Jawa Tengah, orientasi rencana pengembangan suatu kawasan terpadu "JOGLOSEMAR" (Yogyakarta, Solo, dan Semarang) merupakan suatu peluang yang cukup menjanjikan (tidak saja bagi internal kawasan tetapi juga dalam aspek regional), tingkat kunjungan ulang (oleh wisman khususnya) relatif cukup tinggi, dan kepariwisataan di Jawa Tengah sangat terkait dengan nilai aspek budaya dan wisata alam yang ke-2 nya merupakan potensi utama yang dimiliki oleh propinsi Jawa Tengah.

Dari Statistik Indonesia menyebutkan bahwa akomodasi kepariwisataan (termasuk jumlah hotel) di Jawa menempati urutan ke-1 dalam lima tahun terakhir ini, sedangkan khusus untuk Jawa Tengah ternyata merupakan propinsi yang mempunyai fasilitas akomodasi kepariwisataan urutan ke-4 setelah Bali, Jakarta, dan Yogyakarta, serta dengan tingkat persentase tingkat hunian yang cukup lama yaitu 45% (BPS, 1998). Hal ini menunjukkan bahwa Jawa Tengah merupakan kawasan yang cukup potensial dalam kepariwisataan karena adanya perbaikan *income* perkapita masyarakat sebagai konsekuensi perkembangan pesat sektor perdagangan, restoran dan hotel.

Sampel area yang dipilih dalam penelitian ini terfokus pada 20 obyek wisata alam dan budaya yang tersebar di Jawa Tengah, sedangkan obyek wisata yang lain tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Alasan utama dalam pemilihan sampel obyek wisata alam dan budaya yaitu lebih terfokus pada keberadaan (kuantitasnya) yang relatif cukup banyak di Jawa Tengah. Selain itu, mayoritas

kunjungan wisatawan juga terfokus pada ke-2 obyek wisata tersebut. Oleh karena itu pemilihan sampel area dalam penelitian ini dapat dianggap sangat representatif untuk mewakili karakteristik kepariwisataan di Jawa Tengah. Penentuan 20 obyek wisata sebagai sampel area didasarkan pada akumulasi kunjungan wisatawan dalam 5 tahun terakhir sejak tahun 1995 (periode tahun 1995 – 1999). Artinya, dari sejumlah obyek wisata alam dan budaya yang ada di Jawa Tengah hanya akan dipilih 20 sampel saja dengan kriteria pemilihan adalah obyek wisata yang memperoleh kunjungan wisatawan terbanyak dalam periode tersebut (dengan asumsi menyumbang PAD terbesar bagi pemda dan meningkatkan *income* masyarakat).

## B. Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk mendukung studi lapangan dalam penelitian ini lebih terfokus pada pemanfaatan kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan yang terkait dengan karakteristik manajemen kepariwisataan Jawa Tengah. Penyebaran kuesioner difokuskan kepada pihak-pihak yang berkompeten langsung dengan pengembangan kepariwisataan di Jawa Tengah, tidak saja pengelola kawasan wisata (yang dipilih sebagai sampel area), tetapi juga pemda dimana obyek wisata itu berada, dan juga masyarakat disekitar obyek wisata. Penggunaan kuesioner dalam hal ini dianggap sangat representatif untuk dapat mengetahui karakteristik pengelolaan manajemen kepariwisataan di Jawa Tengah.



Untuk memberikan hasil yang komprehensif tentang sisi karakteristik pengelolaan manajemen kepariwisataan di Jawa Tengah, maka pengumpulan datanya dilakukan dengan bentuk kuesioner (tertutup). Secara spesifik, kuesioner dalam penelitian ini mencakup tentang informasi umum yang terkait dengan sisi karakteristik pengelolaan manajemen kepariwisataan di Jawa Tengah, sedang untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang latarbelakang pengembangan kepariwisataan dilakukan dengan *interview* dengan pihak yang berkompeten dengan pengembangan kepariwisataan. Dari ragam *interview* itu diharapkan akan dapat lebih dipahami tentang karakteristik dan permasalahan yang dihadapi sektor kepariwisataan di Jawa Tengah yang selanjutnya dapat ditentukan berbagai upaya untuk mendukung dan menindaklanjuti hasil temuan yang implikasinya dapat dipakai untuk lebih mengembangkan eksistensi sektor kepariwisataan Jawa Tengah (khususnya, dan Indonesia pada umumnya).

### C. Model Penelitian

Model penelitian yang dipakai dalam penelitian ini yaitu terfokus pada upaya untuk mengetahui beragam karakteristik dan juga peluang serta ancaman sektor kepariwisataan sehingga memungkinkan dalam upaya untuk dapat lebih mengetahui strategi pengembangannya untuk mendukung dan meningkatkan kinerja sektor kepariwisataan di Jawa Tengah dalam dimensi makro secara berkelanjutan.

Gambar 3.1 keterkaitan strategi pengembangan kepariwisataan



#### D. Analisis Data

Penekanan analisis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Untuk mendukung hasil yang optimal melalui pendekatan kualitatif, maka prosedural analisis data dalam penelitian ini mengacu pada beberapa tahap yaitu:

*Pertama:* melakukan proses klasifikasi terhadap semua lini kelompok sektor kepariwisataan di Jawa Tengah. Langkah ini merupakan suatu konsekuensi pembatasan dari berbagai sektor kepariwisataan yang ada. Oleh karena itu, klasifikasi ini pada dasarnya lebih banyak menekankan pada bagaimana melakukan strategi untuk melihat berbagai peluang sektor kepariwisataan yg ada (dan yang mungkin dapat lebih dikembangkan). Langkah selanjutnya penentuan sampel area yang dipilih untuk mendukung sisi identifikasi karakteristik sektor kepariwisataan di Jawa Tengah. Acuan penentuan sampel ini lebih ditekankan pada kontribusi yang terbesar dalam 5 tahun terakhir sejak tahun 1995.

*Kedua:* menentukan jumlah sampel area dari klasifikasi kepariwisataan yang ada di Jawa Tengah. Dari sejumlah sektor kepariwisataan yg ada selanjutnya dipilih sektor kepariwisataan alam dan budaya (dengan batasan sampel sesuai langkah pertama diatas). Oleh karena di Jawa Tengah mencakup 35 kabupaten/kotamadya maka proses pemilihan sampel diharapkan dapat lebih mewakili kondisi karakteristik tiap kabupaten/kotamadya yang ada. Meski demikian, pemilihan sampel tetap terfokus pada 20 obyek wisata yang memberikan kontribusi terbesar dalam 5 tahun terakhir. Artinya, jika sampel itu nantinya tidak mewakili ke-35 kabupaten/kotamadya namun secara eksplisit



merupakan format dari kepariwisataan di Jawa Tengah. Dengan kata lain, tidak diharuskan setiap kabupaten/kotamadya terwakili obyek kepariwisataannya.

*Ketiga:* setelah berhasil dipilih sampel (20 sampel area), maka selanjutnya melakukan penyebaran kuisisioner. Secara spesifik, bahwa kuisisioner yang diberikan pada 20 sampel area mencakup tentang informasi umum yang terkait dengan karakteristik manajemen kepariwisataan, sedang untuk memperoleh identifikasi gambaran yang lebih jelas tentang latarbelakang pengembangan kepariwisataan dilakukan dengan *interview* dengan pihak-pihak yang berkompeten dengan pengembangan kepariwisataan. Dari ragam *interview* diharapkan akan dapat lebih dipahami tentang karakteristik dan permasalahan yang dihadapi kepariwisataan Jawa Tengah yang selanjutnya dapat ditentukan berbagai upaya untuk mendukung dan menindaklanjuti hasil temuan yang hasil implikasinya dapat dipakai untuk bisa lebih mengembangkan eksistensi kepariwisataan Jawa Tengah.

*Keempat:* dari ragam permasalahan yang dikumpulkan, baik melalui kuisisioner atau *interview* kemudian dilakukan analisis dengan mengacu pada teoritis aspek - fungsi manajemen (terkait perencanaan, permodalan, pemasaran dan juga sisi personalia). Dalam hal ini nantinya dapat diformulasikan strategi pengembangan manajemen kepariwisataan (termasuk juga memakai pendekatan "SWOT"). Implikasi terhadap strategi ini diharapkan dapat lebih meningkatkan sisi kinerja sektor kepariwisataan Jawa Tengah yang sekaligus memacu perekonomian daerah (eksplisit peningkatan *income* perkapita), dan meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) yang sekaligus menjadi pendukung orientasi otonomi daerah.

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini lebih menitikberatkan pada pembahasan tentang pemilihan sampel, responden, pembahasan, dan kajian tentang strategi pengembangan sektor kepariwisataan. Idenetifikasi terhadap masing-masing bahasan akan memperrkuat sisi pemahaman tentang kepariwisataan ke depan.

### A. Pemilihan sampel

Pemilihan sampel merupakan salah satu alat untuk dapat lebih mendukung terhadap kelancaran penelitian. Oleh karena itu, dapatlah dikatakan bahwa sisi keberhasilan penelitian salah satunya sangat ditentukan oleh penentuan sampel yang tepat. Terkait dengan urgensi pemilihan sampel untuk dapat mendukung kelancaran penelitian, sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah 20 daerah tujuan wisata (DTW) yang memberikan sumbangan terbesar terhadap pemasukan daerah.

Secara akumulatif, ke-20 sampel yang dipilih diharapkan dapat mewakili karakteristik dari sektor kepariwisataan di Jawa Tengah. Meski demikian, bukan tidak mungkin dari ke-20 sampel yang dipilih ternyata tidak menyebar di seluruh kabupaten atau kotamadya yang ada di Jawa Tengah. Oleh karena itu, hal alasan utama yang dipakai untuk mengantisipasi kondisi ini adalah mengacu pada nilai akumulasi sumbangan terbesar yang disumbangkan oleh ke-20 DTW tersebut.

Selain mengacu pada akumulasi sumbangan terbesar, secara eksplisit ke-20 DTW tersebut dikelompokan lagi ke dalam kategori DTW alam, pantai, dan



bersejarah. Klasifikasi terhadap ke-3 DTW tersebut tak lain dimaksudkan untuk dapat melihat perbandingan yang jelas antara kategori DTW alam, DTW pantai, dan DTW bersejarah. Klasifikasi ini memang tidak bisa memberikan gambaran yang komprehensif terhadap klasifikasi DTW, tapi secara umum pengelompokan ini mampu mendiskripsikan suatu kondisi tentang keragaman DTW dalam sektor kepariwisataan.

Konsekuensi terhadap acuan klasifikasi ini tentunya bisa memicu beragam pertimbangan bagi para peneliti selanjutnya yang berkompeten terhadap proses pengembangan sektor kepariwisataan. Artinya, bukan tidak mungkin bagi para peneliti selanjutnya dapat lebih antusias mengembangkan berbagai klasifikasi yang tentunya akan lebih bervariasi. Dengan kata lain, klasifikasi yang dipakai penelitian ini bisa jadi merupakan suatu keterbatasan yang harus disampaikan sehingga memicu keragaman pada penelitian lanjut. Secara detail, bahwa sampel ke-20 DTW yang mewakili 3 klasifikasi DTW yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

Tabel 4.1 Klasifikasi sampel

No	Klasifikasi	No	Nama DTW	DATI II
1.	DTW Alam	1	Bandungan	Kab. Semarang
		2	Baturaden	Kab. Banjarnegara
		3	Dieng	Kab. Wonosobo
		4	Taman Serulingmas	Kab. Banjarnegara
		5	Pemandian Pengging	Kab. Boyolali
		6	Taman Jurug	Kodja Surakarta
		7	Taman Kyai Langgeng	Kodja Magelang
		8	Pemandian Tlatar	Kab. Boyolali
		9	Tawangmangu	Kab. Karanganyar
		10	Waduk Gajah Mungkur	Kab. Wonogiri
		11	Waduk Kedung Ombo	Kab. Grobogan
2.	DTW Pantai	12	Pantai Teluk Penyu	Kab. Cilacap
		13	Pantai Tirta Samudera	Kab. Jepara
		14	Pantai Kartini	Kab. Jepara
3.	DTW Bersejarah	15	Candi Prambanan	Kab. Klaten
		16	Candi Borobudur	Kab. Magelang
		17	Candi Sukuh	Kab. Karanganyar
		18	Kraton Surakarta	Kodja Surakarta
		19	Masjid Agung Demak	Kab. Demak
		20	Masjid Menara Kudus	Kab. Kudus

Sumber: Jawa Tengah dalam angka (beberapa terbitan)

Dari tabel diatas menunjukan bahwa yang paling banyak mewakili adalah sampel DTW alam yaitu 11 DTW, sedangkan DTW pantai hanya 3 dan DTW bersejarah hanya 6. Klasifikasi ini secara tidak langsung menunjukan bahwa nilai potensi pengembangan DTW alam ternyata lebih prospektif, meskipun demikian tentunya juga tidak bisa terlepas dari potensi pengembangan DTW yang lainnya. Selain itu, yang juga harus diperhatikan bahwa DTW pantai pada dasarnya dapat diklasifikasikan sebagai DTW alam, tetapi karena pertimbangan terhadap proses spesifikasi DTW maka dibedakan antara DTW alam dan DTW pantai.



## B. Responden

Klasifikasi atas 20 DTW yang mencakup dalam 3 kategori DTW tersebut kemudian ditindaklanjuti dengan pendapat - argumen dari sejumlah responden yang berjumlah 50 orang. Secara umum, argumen dari responden lebih banyak difokuskan untuk menilai tentang berbagai faktor yang mendukung terhadap karakteristik kepariwisataan di Jawa Tengah. Orientasi terhadap penentuan dan klasifikasi karakteristik tersebut secara tidak langsung akan dapat menentukan terhadap penentuan strategi untuk memacu pengembangan kepariwisataan di Jawa Tengah.

Pemilihan responden lebih terfokus pada mereka yang sedang berkunjung di DTW dan pihak pengelola DTW tersebut. Pemahaman ini didasarkan asumsi mereka lebih mengetahui dan berkompeten dengan obyek yang diteliti. Selain itu pemilihan responden juga mengacu pada keyakinan tentang tingkat prosentase kunjungan yang dilakukan, yaitu pernah atau tidak pernah (dan jika pernah maka berapa kali mereka mengunjunginya).

## C. Pembahasan

Untuk memberikan gambaran yang komprehensif terhadap berbagai faktor yang mendukung terhadap karakteristik kepariwisataan di Jawa Tengah, maka argumen dari responden sangat penting sebab mereka tidak saja mencerminkan terhadap kondisi harapan terhadap sisi pengembangan kepariwisataan, tetapi juga bagaimana tantangan dan peluang yang dapat lebih dipacu untuk meningkatkan akses daya tarik kepariwisataan di Jawa Tengah pada khususnya dan di Indonesia

pada umumnya. Oleh karena itu, argumen dari responden secara tidak langsung merupakan suatu gambaran umum tentang karakteristik kepariwisataan yang ada.

Relevansi terhadap nilai urgensi argumen dari responden maka secara tidak langsung hal ini menuntut adanya suatu pemahaman tentang kondisi umum yang terkait dengan motivasi berwisata. Menurut McIntosh (1984) ada 4 hal pokok yang dapat mendukung terhadap motivasi berwisata yaitu motif budaya (motif yang berhubungan dengan keinginan untuk mendapatkan pengetahuan seputar kebudayaan di daerah lain), motif fisik (motif yang berhubungan dengan akses kebutuhan badaniah), motif interpersonal (motif yang berhubungan dengan nilai keinginan untuk bertemu dengan orang-orang tertentu dan atau mencari sejumlah relasi baru) dan juga motif status (motif mengunjungi daerah-daerah yang dapat meningkatkan prestide individu).

Dari jumlah 50 repsonden yang diteliti atas 20 DTW di Jawa Tengah dapat dikelompokan atas tujuannya berwisata yaitu mayoritas adalah motif fisik karena terkait dengan rekreasi dan *refreshing* (20 orang). Meski demikian, bukan berarti motif yang lainnya tidak ada sebab untuk motif budaya ternyata juga cukup besar yaitu mencapai 15 orang dan motif status hanya 15 orang, sedangkan untuk motif interpersonal ternyata tidak ada. Secara umum, penjabaran motif ini menunjukkan bahwa komunitas wisatawan di Jawa Tengah lebih banyak terfokus pada harapan terhadap kesegaran jiwa yang diperolehnya setelah berwisata.

Mengacu pada realitas atas motif kunjungan wisata, maka hal ini secara tak langsung menunjukkan bahwa DTW seharusnya bisa memberikan suatu kepuasan jiwa dalam berwisata di DTW tersebut. Tuntutan ini merupakan suatu acuan bagi



semua pihak, termasuk juga dalam hal ini adalah pengelola DTW untuk memacu semua potensi yang ada, tidak saja potensi alam, tapi juga potensi ekonomi yang ada di DTW. Oleh karena itu, proses ini pada dasarnya menunjukkan tentang nilai urgensi pengembangan sektor kepariwisataan secara sistematis dan berkelanjutan serta komprehensif (terutama dikaitkan dengan orientasi pemberdayaan ekonomi rakyat dan tuntutan otonomi daerah).

## **1. Karakteristik**

Secara umum, karakteristik DTW dari ke-20 sampel menunjukkan nilai spesifikasi yang dapat membedakan antara DTW yang satu dengan lainnya. Meski demikian, spesifikasi ini masih belum mampu memberikan kontribusi yang optimal bagi pengembangan sektor kepariwisataan. Paling tidak, hal ini dapat terlihat dari kontribusi penerimaan daerah dan juga pemberdayaan bagi masyarakat sekitar DTW. Padahal seharusnya sisi potensi ini bisa terus lebih dikembangkan, terutama dikaitkan dengan hal realisasi pelaksanaan otonomi dan juga tuntutan pemberdayaan ekonomi kerakyatan.

Identifikasi terhadap karakteristik ini pada dasarnya dapat terlihat dari proses pengamatan atas sejumlah DTW dan juga faktor-faktor yang terkait, termasuk juga dalam hal ini adalah akomodasi dan sarana - prasarana. Oleh karena itu, secara tak langsung bahwa karakteristik ini terkait dengan proses pengembangan dan perkembangan DTW yang bersangkutan. Selain itu, hal ini juga menunjukkan tentang masih lemahnya potensi pengembangan sektor kepariwisataan di Jawa Tengah sebab bagaimanapun juga ke-20 sampel itu

adalah mewakili potret kepariwisataan di Jawa Tengah. Secara umum potret aset kepariwisataan di Jawa Tengah dapat terlihat dalam tabel 4.2

Tabel 4.2 Aset kepariwisataan di Jawa Tengah

No	ASET	1995	1996	1997	1998	1999
1	Akomodasi					
	* Hotel Bintang	64	73	76	82	85
	* Hotel Melati	691	680	762	805	826
	* Homestay	-	-	53	75	101
2	Obyek Wisata	-	-	-	-	-
	* Alam	64	67	78	80	85
	* Budaya	55	57	54	55	55
	* Buatan	70	73	71	71	71
3	Usaha Rekreasi - Hiburan					
	* Taman Rekreasi	-	-	-	-	1
	* Steambath - Sauna	2	2	4	4	4
	* Night Club	7	7	7	7	7
	* Diskotik	5	6	7	7	7
	* Pusat Seni dan Pameran	-	-	-	-	-
	* Tawar Satwa - Pentas Seni	-	-	-	-	-
4	Bar	6	10	13	15	16
5	Panti Pijat	102	106	108	106	111
6	Bilyard	142	130	130	113	106
7	Karaoke	37	39	37	36	52
8	Bioskop	152	132	125	109	84
9	Gelanggan Ketangkasan	128	152	145	139	198
10	Rumah Makan	1172	1271	1396	1583	1565
11	Restoran	14	17	19	20	20
12	Cinderamata	374	463	509	534	382
13	Pramuwisata					
	* Umum	33	59	111	148	179
	* Khusus	275	279	278	274	303
14	Angkutan Wisata					
	* Biro Perjalanan Wisata	52	63	66	69	78
	* Cabang BPW	8	8	9	9	11
	* Agen Perjalanan	3	2	2	3	3
15	Money Changer	57	68	107	81	85
16	Gedung Pertemuan	167	194	206	207	206
17	Pusat Penerangan					
	* TIC	22	23	23	23	19
	* Mandala Wisata	2	4	4	4	5

Sumber: Dinas Pariwisata, Jawa Tengah (2000).



Dari tabel diatas menunjukan bahwa faktor pendukung terhadap akses kepariwisataan di Jawa Tengah memang masih cukup banyak dan tentunya ini masih sangat perlu untuk terus dikembangkan. Orientasi terhadap proses pengembangannya harus mendapat dukungan dari semua pihak, yaitu tidak saja dari pemda, tapi juga masyarakat dan juga investor yang berkompeten dengan pengembangan sektor kepariwisataan. Realisasi atas pengembangan sektor kepariwisataan tentunya akan semakin memacu daya tarik wisatawan, tidak saja wisman, tapi juga wisnu. Secara akumulatif, bahwa tingkat jumlah kunjungan wisatawan cenderung mengalami penurunan (*lihat tabel 4.3*).

Tabel 4.3 Jumlah Pengunjung Obyek Wisata di Jawa Tengah

NO	TAHUN	OBYEK	PENGUNJUNG					
			Wisman	%	Wisnus	%	Jumlah	%
1	1995	189	494.200	-	11.705.167	-	12.199.367	-
2	1996	197	712.445	-44	13.669.169	-17	14.381.614	-18
3	1997	203	691.838	-3	14.255.105	-4	14.946.943	-4
4	1998	206	644.048	-7	13.622.140	-4	14.266.188	-5
5	1999	211	274.233	-57	11.399.694	-16	11.673.927	-18

Sumber: Dinas Pariwisata, Jawa Tengah (2000).

Fakta tentang semakin turunnya minat arus wisatawan di Jawa Tengah secara tidak langsung menunjukan tentang perlunya upaya menelaah ataupun mengkaji tentang berbagai faktor penyebabnya. Secara eksplisit bahwa akses utama yang menjadi faktor tersebut tidak saja dari aspek internal, tetapi juga eksternal. Khusus untuk aspek internal yaitu misal kondisi DTW yang secara riil kurang menarik lagi. Padahal, potensi utama DTW adalah ketertarikan yang membedakan dengan DTW lainnya, khususnya untuk DTW alam dan DTW pantai. Faktor ketidakmenarikan ini memang dilingkupi oleh beragam

aspek yaitu mulai dari sisi pola penataan yang tidak atau kurang profesional, karena memang adanya kejenuhan dari wisatawan terhadap DTW (dengan pertimbangan tidak adanya perbedaan dengan DTW yang lainnya) dan juga karena minimnya dukungan dana untuk proses pengembangan DTW (hal ini tidak bisa terlepas dari aspek alokasi dana dari APBD).

Untuk masalah eksternal yaitu karena berlarutnya krisis dalam 3 tahun terakhir sehingga secara umum kondisi ini memicu turunnya minat berwisata (padahal kepariwisataan sangatlah terkait dengan kebutuhan tersier). Dengan kata lain, berlarutnya krisis semakin memicu kelesuan pengembangan sektor kepariwisataan, yaitu tidak saja di Jawa Tengah pada khususnya, tapi juga di Indonesia pada umumnya. Selain itu hal kondisi keamanan (stabilitas sosial) secara tidak langsung juga sangat mempengaruhi intensitas bagi masyarakat untuk berwisata. Adanya kecenderungan memanasnya iklim sosial tentunya juga akan semakin memperkecil intensitas berwisata. Termasuk juga dalam hal ini yaitu kondisi sarana - prasarana, khususnya jalur transportasi dan juga akomodasi yang relatif kurang memadai (alasan dari kondisi ini yaitu karena minimnya alokasi dana dari APBD untuk pembangunan sarana - prasarana bagi pengembangan sektor kepariwisataan).

Meskipun terjadi penurunan jumlah wisatawan di Jawa Tengah, tetapi secara umum nilai pendapatan dari sektor kepariwisataan meningkat (*lihat tabel 4.4*). Alasan utama kondisi ini yaitu karena terjadinya kenaikan nilai nominal, meskipun dalam arti riilnya justru terjadi penurunan. Oleh karena itu, kecenderungan terhadap kenaikan pendapatan dari sektor kepariwisataan



masih belum dapat mencerminkan terjadinya proses perbaikan dari sektor ini secara nyata. Fakta ini pada dasarnya justru menjadi ancaman.

Tabel 4.4 Pendapatan obyek wisata (rupiah)

Tahun	Pendapatan Karcis Masuk	Pendapatan Perkir	Pendapatan lain-lain	Jumlah Pendapatan	%
1995	6.200.126.053	397.518.845	311.851.160	6.909.496.058	-
1996	7.590.902.638	528.629.934	522.190.976	8.641.723.548	25,07
1997	11.181.526.558	553.122.310	566.216.174	12.300.865.042	42,34
1998	13.732.685.896	655.421.979	-678.729.557	15.066.837.432	22,49
1999	11.118.312.826	587.691.155	979.714.275	12.685.718.260	-15,80

Sumber: Dinas Pariwisata, Jawa Tengah (2000).

Konsekuensi terhadap pendapatan dari sektor kepariwisataan tersebut secara tidak langsung juga meningkatkan kontribusi sektor ini terhadap PAD (tabel 4.5). Secara eksplisit, ini sangat terkait dengan kontribusinya terhadap realisasi pelaksanaan otonomi daerah. Selain itu, adanya keyakinan bahwa pengembangan sektor kepariwisataan dapat menjadi penyumbang dalam hal pelaksanaan otonomi daerah memang terbukti, meskipun dalam praktek ke depannya masih harus terus dibuktikan sebab bukan tidak mungkin nantinya ada faktor-faktor eksternal yang juga mempengaruhi kontribusi dari sektor ini (sebab sektor kepariwisataan adalah sektor yang sangat kompleks).

Tabel 4.5 Sumbangan sektor pariwisata terhadap PAD (rupiah)

No	Tahun Anggaran	Pendapatan Sektor Pariwisata	%	Besarnya Nilai PAD	%
1	1995/1996	11.387.611.909	-	194.207.562.604	-
2	1996/1997	15.051.538.936	32,17	231.991.948.983	19,46
3	1997/1998	18.376.724.830	22,09	263.162.346.298	13,44
4	1998/1999	19.354.498.695	5,32	297.027.937.520	12,87
5	1999/2000	9.387.040.035	-51,50	144.812.189.113	-51,25

Sumber: Dinas Pariwisata, Jawa Tengah (2000).

## 2. Persepsi Responden

Penjabaran tentang karakteristik diatas secara tidak langsung menjadi gambaran tentang peliknya pengkajian tentang sektor kepariwisataan. Fakta ini menunjukan bahwa karakteristik sangatlah terkait dengan berbagai faktor yang melingkupi proses pengembangan sektor kepariwisataan, tidak saja di Jawa Tengah pada khususnya tetapi juga di Indonesia pada umumnya. Selain itu, untuk mendukung kajian tentang karakteristik tersebut, yang juga harus lebih diperhatikan adalah keyakinan atas persepsi responden terhadap proses pengembangan sektor kepariwisataan.

Mengacu argumen Isdaryono (1997), bahwa persepsi responden tidak bisa terlepas dari potret harapan terhadap pengembangan DTW dan juga hal kepariwisataan pada umumnya. Selain itu persepsi ini juga akan menjadi sisi pengkajian tentang pola pengembangan kepariwisataan ke depan sebab nilai persepsi justru menjadi ukuran untuk menilai seberapa besar daya tarik dari DTW dan juga kepariwisataan pada umumnya, khususnya dari ke-20 sampel DTW yang dipilih dalam penelitian ini. Secara eksplisit, ada 4 persepsi yang terkait dengan akses potensi pengembangan DTW dan sektor kepariwisataan yaitu:

### a. Persepsi responden terhadap pengembangan DTW - obyek wisata

Dari survei menunjukan bahwa secara umum responden justru menganggap bahwa pengembangan DTW, khususnya dari ke-20 sampel DTW dalam penelitian ini telah mengalami proses pengembangan yang



lebih baik dibanding dengan tahun-tahun sebelumnya. Meski demikian, ada juga responden yang menganggap bahwa proses pengembangannya masih kurang optimal (15 orang) sebab tidak ada perubahan yang berarti dibanding tahun sebelumnya. Dari ke-15 responden ini, ternyata mereka adalah komunitas wisatawan yang sudah berkunjung ke DTW lebih dari 1 kali. Secara umum responden berharap agar ketika mereka berkunjung ke DTW yang sama (di waktu yang lain) telah terjadi suatu "perubahan" yang lebih baik, yaitu tidak saja obyeknya, tapi juga sarana - prasarana dan atraksinya (jika memang ada atraksi wisata yang dilakukan).

Adanya keyakinan terhadap persepsi responden terhadap akses pengembangan DTW secara tidak langsung menunjukkan tentang urgensi bagi pemda untuk bisa mengalokasikan dana bagi proses pembangunan dan pengembangan sektor kepariwisataan yang dimilikinya. Meskipun masing-masing daerah sudah meyakini bahwa pengembangan sektor ini akan dapat memacu penerimaan daerah tetapi daerah juga menyadarinya bahwa ada keterbatasan alokasi dana yang diambil dari APBD. Khusus Jawa Tengah, anggaran dinas pariwisata dapat terlihat pada tabel 4.6.

Tabel 4.6 Anggaran dinas pariwisata Jawa Tengah (rupiah)

No	Tahun Anggaran	Belanja Rutin	Belanja Pembangunan	Jumlah Anggaran	%
1	1995/1996	664.930.000	1.766.563.000	2.431.493.000	-
2	1996/1997	767.848.000	1.814.220.000	2.582.068.000	6,19
3	1997/1998	898.047.000	3.157.490.000	4.055.537.000	57,07
4	1998/1999	960.315.000	3.735.238.000	4.695.553.000	15,78
5	1999/2000	932.490.000	1.634.830.000	2.567.320.000	-45,32

Sumber: Dinas Pariwisata, Jawa Tengah (2000).

Respons positif terhadap urgensi pengembangan DTW tersebut secara tak langsung juga diikuti dengan laju peningkatan kegiatan usaha yang terkait dengan aspek kepariwisataan. Paling tidak, ini dapat terlihat dari semakin menjamurnya kegiatan ekonomi dan bisnis di sekitar DTW yang tentunya ini sangat menggembirakan bagi potensi pengembangan ekonomi masyarakat sekitar, termasuk juga kaitannya dengan kerangka pemberdayaan ekonomi kerakyatan. Identifikasi terhadap hal ini terlihat dalam bentuk semakin banyaknya jenis usaha persewaan kendaraan baik itu kendaraan bermotor roda 2 atau roda 4. Selain itu, makin banyaknya toko-toko yang menjual cinderamata dan juga hal pembukaan sejumlah homestay. Hal ini sekaligus menunjukkan tentang pengembangan sektor informal yang terkait dengan potensi sektor pariwisata.

**b. Persepsi responden terhadap tambahan penghasilan**

Adanya keyakinan terhadap persepsi yang pertama, maka hal ini secara tak langsung berpengaruh pada peningkatan penghasilan dari masyarakat sekitar DTW. Secara umum responden mengakui bahwa laju pengembangan sektor kepariwisataan, termasuk juga dalam hal ini yaitu pengembangan ke-20 sampel DTW bahwa telah terjadi perubahan yang lebih baik, terutama dikaitkan dengan adanya kesempatan berusaha. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan obyek wisata identik dengan laju perbaikan pendapatan masyarakat. Selain itu, pengembangan sektor ini juga identik dengan terjadinya peningkatan untuk memperoleh sumber



pendapatan tambahan, kesempatan kerja, dan peluang usaha yang lebih terbuka (baik di sektor formal ataupun informal). Secara eksplisit bahwa semua potensi itu dapat terlihat dari tabel 4.7.

Tabel 4.7 Jumlah usaha pariwisata Jawa Tengah dan daya scrap TK

No	Jenis Usaha	1993		1996		1997		1998		1999	
		N	TK	N	TK	N	TK	N	TK	N	TK
1	Hotel Bintang	64	4.563	73	5.443	76	5.362	82	6.184	85	5.484
2	Hotel Melati	691	5.870	680	4.856	762	5.135	805	5.644	828	5.202
3	Homestay	-	-	-	-	53	-	75	-	101	-
4	Objek Wisata										
	* alam	64	741	67	744	78	768	80	827	85	819
	* Budaya	55	1.108	57	969	54	971	55	1.012	55	1.006
	* Baitan	70	798	73	981	71	947	71	961	71	924
5	BPPW	84	519	96	829	121	1.110	129	1.190	169	1.457
6	Ramahi Makan	1.172	7.477	1.271	8.159	1.396	9.122	1.583	9.211	1.565	8.785
7	Buayan	14	848	17	494	19	649	20	703	20	680
8	Usaha Rekreasi	367	-	569	-	558	-	518	-	567	-
9	Pramwisata	-	304	-	318	-	389	-	422	-	492
10	T. Cenderawasih	374	3.136	463	3.954	509	4.237	534	4.717	-	2.090
11	G. Perumahan	167	931	194	1.090	206	1.156	207	1.110	206	1.563
12	Money Changer	57	335	68	348	107	527	81	453	83	381

Sumber: Dinas Pariwisata, Jawa Tengah (2000).

Adanya potensi terhadap peningkatan tambahan penghasilan pada dasarnya menunjukkan bahwa pengembangan sektor kepariwisataan tidak saja memberikan kemanfaatan mikro, tapi justru makro, yaitu tidak saja dalam jangka pendek, tapi juga jangka panjang. Paling tidak, proses untuk mendukung terhadap realitas ini yaitu terkait dengan fakta tentang lamanya hunian - tinggal para wisatawan, baik itu wisatawan domestik, ataupun wisatawan asing. Konsekuensi terhadap lamanya masa tinggal tersebut secara tidak langsung berhubungan dengan belanja wisatawan, yaitu tidak saja untuk kebutuhan rutinitas, tapi juga kebutuhan yang lain.

Pemahaman tentang sisi urgensi peningkatan tambahan sumber penghasilan bagi masyarakat sekitar DTW pada dasarnya menunjukkan tentang nilai keterkaitan mutualisme, yaitu antara proses pengembangan

sektor kepariwisataan, khususnya di DTW dengan potensi kesejahteraan bagi masyarakat sekitar. Oleh karena itu adanya kenyataan ini secara tak langsung menuntut masyarakat untuk menjaga image atas DTW tersebut agar tidak terusik sebab jika terjadi pencemaran nama baik atas DTW, maka secara otomatis juga akan mempengaruhi intensitas penghasilan mereka. Dengan kata lain, ada komitmen bersama yang harus dibentuk dan juga dijaga intensitasnya secara berkelanjutan.

**c. Persepsi responden terhadap kehidupan sosial ekonomi masyarakat**

Bagaimanapun juga ada keterkaitan yang sangat kuat antara hal kondisi kehidupan sosial ekonomi masyarakat dengan proses untuk bisa lebih memacu pengembangan sektor kepariwisataan. Pemahaman dalam hal ini tentunya bisa dikaitkan dengan kasus Waduk Kedung Ombo. Hal utama yang harus diperhatikan bahwa proses pengembangan DTW dan juga sektor kepariwisataan pada umumnya harus bisa memberikan nilai tambah yang optimal bagi masyarakat setempat sebab bagaimanapun ini sangat terkait dengan bagaimana respon masyarakat untuk memberikan kontribusi pelayanan baik secara langsung ataupun tidak langsung bagi para wisatawan yang berkunjung ke DTW dimana mereka tinggal.

Adanya keyakinan terhadap mutualisme ini, maka kondisi dari masyarakat harus mendapat prioritas utama. Secara umum, responden menyatakan adanya suatu keyakinan tentang "kestabilan" kondisi sosial ekonomi masyarakat. Sebenarnya, pemahaman tentang respon ini sangat



terkait dengan kedua respons diatas. Oleh karena itu, tidak ada salahnya jika pemerintah (pusat dan daerah) lebih memperhatikan kondisi ini dan juga memberikan peluang yang lebih besar bagi pengembangan kondisi kesejahteraan masyarakat dimana DTW yang ada dikembangkan.

Jaminan terhadap komitmen keterkaitan antara masyarakat dan pengembangan DTW secara tidak langsung akan menjadi aset yang tak ternilai bagi pemerintah (pusat dan daerah), terutama dikaitkan dengan aktualisasi untuk lebih mengembangkan sisi sumber penerimaan melalui sektor kepariwisataan nasional. Meskipun ini tidak mudah namun semua sangat berkeyakinan bahwa apabila kondisi sosial ekonomi masyarakat di semua DTW terjaga, maka secara otomatis kelestarian, keamanan dan juga prospektus dalam proses pengembangan sektor kepariwisataan bisa berkelanjutan dan ini tentunya menjadi sumber penerimaan yang sangat besar, tidak saja dalam jangka pendek, tapi juga jangka panjang. Selain itu, jika ini bisa konsisten, maka arus kunjungan wisatawan asing dapat lebih meningkat dan ini berarti arus dollar (*lihat tabel 4.8*).

Tabel 4.8 Arus wisatawan asing di Jawa Tengah

No	Negara Asal	1995	1996	1997	1998	1999
1	AS / Kanda	276	351	410	153	681
2	EROPA					
	* Denmark	19	18	0	11	0
	* Perancis	745	373	1.566	1.396	424
	* Jerman	5.555	4.513	4.211	2.354	1.065
	* Itali	332	40	163	51	43
	* Inggris / Irlandia	583	350	607	233	751
	* Belgia	479	474	519	177	153
	* Belanda	16.745	13.197	14.621	8.509	6.819
	* Swedia	118	19	90	53	19
	* Spanyol	58	204	235	72	36
	* Luxemburg	9	32	6	0	0
	* Finlandia	30	46	40	0	3
	* Swiss	1.166	923	990	397	102
	* Austria	73	473	119	45	6
	* Suriname	15	0	0	9	0
	* Chekoslovakia	8	6	4	2	33
	* Eropa lainnya	72	19	21	18	4
3	Timur Tengah	12	19	21	18	4
4	ASEAN					
	* Malaysia	290	370	269	95	116
	* Philipina	0	0	6	4	4
	* Singapura	936	735	746	484	38
	* Thailand	0	0	10	0	2
	* Asean lainnya	0	0	0	0	9
5	ASIA PASIFIK					
	* Australia	544	366	188	205	59
	* Hongkong	243	516	475	180	0
	* Jepang	1.178	323	1.091	336	276
	* Selandia Baru	5	4	0	4	3
	* Taiwan	11	3	2	6	3
	* Cina	134	64	102	6	4
	* Korea	8	278	102	6	4
6	India	0	0	35	11	5
7	Afrika	0	0	44	2	2
8	Rusia / Ukraina	0	0	20	0	18

Sumber: Dinas Pariwisata, Jawa Tengah (2000).

#### d. Persepsi responden terhadap migrasi penduduk ke DTW

Adanya keyakinan terhadap ketiga persepsi diatas, maka yang juga menjadi perhatian adalah tentang kemungkinan terjadinya migrasi penduduk ke DTW. Alasan rasional dalam pemahaman ini yaitu karena



pertimbangan ada gula ada semut, artinya semakin ramai DTW secara otomatis ini akan semakin menarik proses migrasi dari penduduk daerah lain untuk mengais rejeki di DTW.

Secara umum responden menyatakan bahwa memang ada laju migrasi secara bertahap, yaitu ketika DTW mulai ramai oleh kunjungan wisatawan, maka secara otomatis terjadi migrasi. Meski demikian, fakta migrasi ini tidak melulu setiap hari, tetapi cenderung terjadi pada proses hari-hari tertentu dan kebanyakan justru terjadi pada hari-hari liburan.

Fakta terjadinya migrasi ini justru disikapi masyarakat di DTW sebagai suatu tantangan untuk berkompetisi, terutama dalam nilai kaitan dengan pemberian pelayanan yang memuaskan kepada para wisatawan. Meski demikian, bukan berarti kondisi ini tidak memicu kerentanan dan mungkin juga konflik sebab jika tidak ada suatu sisi proses kebersamaan dan transparansi, maka bukan tidak mungkin justru memicu konfrontasi. Oleh karena itu, realitas ini harus disikapi secara arif, paling tidak hal ini sangat terkait dengan persepsi ke-3 diatas.

Adanya kekhawatiran terhadap persepsi ini, maka pemda harus dapat melakukan suatu proses pembenahan terhadap para migran. Proses pembenahan ini dapat berupa penyuluhan, pemberian tempat berjualan tertentu, dan atau penyadaran tentang kesadaran untuk lebih memahami keberadaannya yaitu sebagai kaum migran yang harus bisa menghormati budaya setempat (untuk tidak memperuncing permasalahan atau justru memicu permasalahan baru).

#### D. Analisis

Kajian tentang identifikasi karakteristik kepariwisataan Jawa Tengah tidak dapat terlepas dari kajian tentang kepariwisataan global sebab bagaimanapun hal ini merupakan keterkaitan yang komprehensif. Secara umum, data menunjukkan laju peningkatan kunjungan wisatawan ke Indonesia mengalami lonjakan dan ini secara tak langsung menjadi tantangan dan ancaman yang tidak mudah, terutama dikaitkan komitmen untuk menjadikan sektor kepariwisataan sebagai sisi sumber penerimaan devisa.

Meskipun ada indikasi terhadap lonjakan kunjungan wisatawan di sejumlah DTW, tetapi secara umum diakui bahwa telah terjadi pergeseran, yaitu kemajuan kepariwisataan di daerah tujuan utama ternyata justru diikuiti oleh laju kerusakan alam di DTW tersebut. Pelan tapi pasti, bahwa kondisi ini pada gilirannya justru semakin menurunkan gairah kunjungan ke DTW yang bersangkutan. Oleh karena itu, dalam proses lebih lanjut ternyata justru terjadi suatu perubahan perilaku dari para wisatawan yaitu mereka tidak lagi antusias untuk berkunjung ke DTW yang utama, tapi justru ke DTW nomer dua. Alasan rasional dari perilaku ini yaitu sisi keaslian alam yang melingkupi DTW.

Mengacu pada fenomena tersebut, maka sangat beralasan jika identifikasi dan orientasi pengembangan kepariwisataan menjadi kajian yang menarik, yaitu tidak saja dikaitkan dengan hal tuntutan ekonomi kerakyatan dan otonomi daerah tetapi juga komitmen pengembangan kesejahteraan sosial bagi masyarakat yang ada di sekitar DTW. Oleh karena itu, terkait dengan hal ini, maka analisis SWOT menjadi kajian yang sangat relevan untuk melihat proses ke depan atas prospek



sektor kepariwisataan, yaitu tidak saja di Jawa Tengah khususnya, tetapi juga di Indonesia pada umumnya.

## 1. Kekuatan

Secara umum, potensi kekuatan sektor kepariwisataan di Jawa Tengah yaitu dimilikinya sejumlah asset wisata, baik dalam bentuk wisata alam atau wisata buatan dan wisata budaya. Karakteristik asset wisata ini secara tidak langsung justru menjadi faktor pembeda antara asset kepariwisataan dengan daerah yang lainnya, termasuk juga dalam hal ini adalah dengan Jogjakarta yang notabene adalah pesaing karena letak geografisnya yang relatif dekat. Artinya, meskipun sudah dijalin suatu kesepakatan melalui Joglosemar yaitu segitiga emas dalam bidang sosial ekonomi budaya dalam sinergi Jogjakarta, Solo, dan Semarang, namun keberadaan Jogjakarta tetap menjadi pesaing.

Dalam peta kepariwisataan nasional, hal potensi Jogjakarta menduduki peringkat kedua setelah Bali. Penilaian ini didasarkan pada beberapa faktor yang menjadi kekuatan pengembangan wisata di Jogjakarta, yaitu *pertama*: berkenaan dengan keragaman obyek wisata. Dengan berbagai predikatnya, Jogjakarta memiliki keragaman obyek wisata yang relatif menyeluruh, baik dari segi fisik atau non-fisik, di samping kesiapan sarana penunjang wisata. Sebagai kota pendidikan, Jogjakarta relatif memiliki SDM yang berkualitas.

Disamping itu, terdapat tidak kurang dari 70.000 industri kerajinan tangan, dan sarana lain yang amat kondusif seperti fasilitas akomodasi dan transportasi yang amat beragam, aneka jasa boga, dan biro perjalanan umum,

serta dukungan pramuwisata yang memadai, tim pengamanan wisata yang disebut sebagai Bhayangkara Wisata. Nilai potensi ini masih ditambah lagi dengan letaknya yang bersebelahan dengan Propinsi Jawa Tengah, sehingga menambah keragaman obyek yang telah ada.

**Kedua:** berkaitan dengan ragam spesifisitas obyek dengan karakter mantap-unik seperti Kraton, Candi Prambanan, kerajinan perak di Kotagede. Spesifikasi obyek ini masih didukung oleh kombinasi obyek fisik dan obyek non-fisik dalam paduan yang serasi. Kesemua faktor tersebut memperkuat daya saing Jogjakarta sebagai propinsi tujuan utama (*primary destination*), yaitu tidak saja bagi wisatawan nusantara tapi juga wisatawan mancanegara. Sebutan Prawirotanan dan Sosrowijayan sebagai "kampung internasional" membuktikan kedekatan atmosfer Jogjakarta dengan nilai "selera eksotisme" wisatawan mancanegara.

Menurut penelitian Puslitbang Pariwisata pada tahun 1980, pariwisata Jogjakarta memiliki beberapa kekuatan daya tarik, seperti iklim yang baik, atraksi pemandangan yang beragam, budaya yang menarik dan juga sejarah, masyarakat yang ramah dan bersahabat, akomodasi khas, gaya hidup, harga yang pantas-wajar. Ragam obyek wisata di Jogjakarta seluruhnya terdiri atas 31 obyek wisata budaya dan juga 19 obyek wisata alam. Dilihat dari wilayah pencapaiannya, obyek wisata Jogjakarta terbagi 7 zona (*lihat tabel 4.9*).



Tabel 4.9 Klasifikasi obyek wisata di Jogjakarta

<b>ZONA</b>	<b>WILAYAH</b>	<b>OBJEK WISATA</b>	<b>ATRAKSI</b>
<b>Zona 1</b>	Sleman Utara di daerah lereng Gunung Merapi	Wisata alam dan pegunungan Hutan wisata Kaliurang, bumi perkemahan, tempat pendakian Bebeng, pemandian, taman rekreasi anak-anak	
<b>Zona 2</b>	Sleman bagian Timur dan Gunungkidul bagian Utara	Wisata peninggalan purbakala Candi-candi (Hindu dan Budha), situs purbakala	Sendratari Ramayana
<b>Zona 3</b>	(sebagian) Kabupaten Bantul dan (sebagian) Kabupaten Gunungkidul	Wisata pendidikan dan alam pantai, Hutan Wanagama, Hutan Rancang Kencono, Goa Ngglanggeran, Pantai Baron-Kukup-Krakal, Pantai Wediombo	
<b>Zona 4</b>	(sebagian) Kabupaten Bantul	Wisata rekreasi dan budaya di pantai, Pantai Parangtritis, Goa Langse	Upacara Adat Kraton Yogyakarta (insidental)
<b>Zona 5</b>	Kabupaten Kulonprogo bagian Selatan dan (sebagian) Kabupaten Bantul	Wisata budaya, alam pantai, olahraga pantai, Pantai Congot, Pantai Glagah, Pantai Samas, Goa Selarong	
<b>Zona 6</b>	Kabupaten Kulonprogo bagian barat	Wisata alam, dan spritual Goa Kiskendo, Sendangsono, Pegunungan Samigaluh, Pegunungan Kalibawang	
<b>Zona 7</b>	Kotamadya Yogyakarta dan sekitarnya	Wisata budaya, Pantai Congot, Pantai Glagah, Pantai Samas, Goa Selarong	

Sumber: Profil DIY (<http://www.ukdw.ac.id/yogyakarta/profildiy.html>)

Kekuatan lain yang juga mendukung potensi kepariwisataan di Jawa Tengah yaitu adanya industrialisasi sebab bagaimanapun juga hal ini secara tidak langsung juga akan dapat memacu intensitas proses perkembangan dan pengembangan sektor kepariwisataan. Meski industrialisasi tersebut tak bisa menjamin secara utuh terhadap proses pengembangan kepariwisataan, tetapi industrialisasi yang bersifat kerajinan rakyat juga mendukung terhadap akses pengembangan sektor kepariwisataan di Jawa Tengah.

Selain itu, potensi kekuatan yang lain adalah jaminan keaslian wisata yang ditawarkan, khususnya yaitu wisata alam, termasuk juga dalam hal ini yaitu sisi ketersediaan SDM, terutama dikaitkan dengan potensi ketersediaan jumlah penduduk di Jawa Tengah yang relatif cukup padat. Keberagaman ini masih juga ditambah dengan posisi letak geografisnya yang dekat dengan Jogjakarta sehingga akan lebih mempermudah dalam menjual DTW, serta adanya sinergi melalui kerangka Joglosemar.

## **2. Kelemahan**

Meski potensi kepariwisataan di Jawa Tengah mempunyai kekuatan yang justru membedakan dengan daerah yang lain terutama dikaitkan dengan keragaman tetapi potensi ini juga mengandung kelemahan. Kelemahan utama dari hal kasus ini yaitu jika keberagaman tersebut tidak dimanfaatkan secara optimal. Artinya, bahwa ketidakmanfaatan ini pada gilirannya justru menjadi suatu boomerang bagi asset kepariwisataan di Jawa Tengah. Oleh karena itu, tidak ada alasan bagi pemda dan juga pihak-pihak yang terkait untuk tidak merumuskan sejumlah permasalahan ini.

Kelemahan lain yang juga harus diperhatikan adalah belum sinkronnya pemda dalam meng-cover semua DTW yang ada. Padahal, seharusnya akses ini dapat menjadi suatu pembanding atas spesifikasi DTW yang lainnya. Hal ini secara tak langsung menunjukkan masih minimnya antusiasme pemda bagi proses pengembangan kepariwisataan.



Selain itu faktor kelemahan lain yang juga tidak boleh dianggap remeh adalah adanya keterbatasan SDM di sektor kepariwisataan. Secara umum ini justru menjadi kendala yang utama sebab bagaimanapun juga pengembangan sektor kepariwisataan tak hanya mengandalkan keindahan obyek wisata, tapi juga ketersediaan sarana - prasarana dan jaminan keamanan berwisata. Salah satu aspek utama dari ketersediaan sarana-prasarana adalah kualitas SDM di sektor kepariwisataan.

Pemahaman tentang SDM kepariwisataan tidak hanya terfokus dalam bentuk ketersediaan kepegawaian di dinas kepariwisataan, tetapi juga semua pihak yang terkait dengan sektor ini, termasuk juga mereka para pedagang asongan (sektor informal) dan kelompok sadar wisata. Selain itu pemahaman dalam hal ini juga tidak hanya terfokus pada sisi kuantitas saja, tetapi harus juga memperhatikan aspek kualitas. Dengan kata lain, yang optimal adalah memacu ketersediaan SDM kepariwisataan secara proporsional yaitu antara kuantitas dan kualitasnya.

Respons tentang minimnya kualitas SDM di sektor kepariwisataan ini pada dasarnya tidak hanya terfokus pada sebab-sebab internal tetapi juga sisi eksternal. Salah satu faktor yang memicunya yaitu ketika terjadi kasus dalam proyek pengembangan obyek wisata. Secara umum ketika terjadi proses bagi pengembangan obyek wisata adalah perluasan areal dan ini tentunya tak bisa terlepas dari pengurangan lahan milik penduduk. Padahal, konsekuensi atas kasus ini adalah pemberian hak ganti rugi. Dari berbagai kasus, tidak jarang pemberian ganti rugi ternyata benar-benar memberikan kerugian kepada para

penduduk setempat dan pada gilirannya mereka justru akan melakukan suatu bentuk perlawanan, termasuk juga dalam hal ini adalah memberikan proses pelayanan yang tak menyenangkan kepada para wisatawan yang berkunjung di obyek wisata tersebut (lihat misalnya kasus Waduk Kedung Ombo yang sampai saat ini masih menyisakan sengketa terpendam).

Mengacu pada kenyataan ini, maka seharusnya ada proses untuk dapat lebih membangun kualitas SDM di sektor kepariwisataan. Salah satu proses yang terkait dengan hal ini yaitu membangun sekolah kepariwisataan sebagai wacana ajar yang tersinergi dengan hotel-hotel yang ada, baik itu hotel kelas bintang ataupun kelas melati. Kesenambungan ini pada gilirannya akan dapat memberikan nilai kemanfaatan yang optimal bagi penyediaan SDM di sektor kepariwisataan, tidak saja di Jawa Tengah, tapi juga di Indonesia.

### **3. Peluang**

Mengacu pada keberagaman DTW yang ada di Jawa Tengah dan juga dikaitkan dengan kerangka strategis dalam Joglosemar secara tidak langsung ini memberikan nilai peluang yang sangat besar bagi kepariwisataan di Jawa Tengah pada dekade mendatang. Secara eksplisit prospektus ini juga akan berpengaruh pada nilai pendapatan daerah, termasuk juga terjadinya proses peningkatan income perkapita masyarakatnya terutama dikaitkan dengan sisi pelaksanaan otonomi daerah. Peluang-peluang ini harus dioptimalkan sebab jika tidak maka bukannya tidak mungkin nantinya justru akan terjadi proses hilangnya kesempatan ini.



Meski proses untuk mengoptimalkan peluang ini tak mudah, tetapi ada berbagai agenda yang sudah (dan harus terus) dilaksanakan. Terkait tuntutan untuk dapat mengoptimalkan potensi peluang dalam pengembangan sektor kepariwisataan di Jawa Tengah dan juga dikaitkan dengan nilai optimalisasi (Johannes, 1997), ada berbagai cara yang bisa dilakukan yaitu:

**a. Penyajian yang lebih komprehensif**

Yang dimaksud dengan penyajian dalam hal ini yaitu kondisi riil dari potensi kepariwisataan yang dimiliki. Proses untuk menyajikan ini tentunya sangat terkait dengan aspek promosi, baik promosi melalui brosur ataupun promosi dari mulut ke mulut. Mengacu pada urgensi dari pengembangan promosi kepariwisataan bahwa pertimbangan utama dari hal ini yaitu produk pariwisata itu sendiri. Padahal produk pariwisata ini menyangkut suatu produk yang kompleks, termasuk juga dalam hal nilai interaksi budaya dan sosio-ekonomi dari komunitas yang ada dalam sisi lingkup obyek wisata tersebut.

Adanya nilai keyakinan terhadap hal ini, maka harus dipahami bahwa variabel utama yang mempengaruhi kinerja kepariwisataan yaitu kualitas obyek wisata, jarak transportasi, dan fasilitas pendukung dalam obyek wisata tersebut. Selain itu, yang juga tidak dapat dianggap remeh adalah alokasi dana promosi sebab bagaimanapun juga hal ini menjadi sesuatu yang sangat penting. Sayangnya dana alokasi untuk kegiatan ini sangat kecil sehingga perlu untuk ditingkatkan (*lihat tabel 4.10*).

Tabel 4.10 Kegiatan promosi dan pemasaran di Jawa Tengah

No	Jenis Kegiatan	Σ	JUMLAH SATUAN				
			95/96	96/97	97/98	98/99	99/00
1	Penerbitan Bh. Promosi						
	* Folder	Eks	7.000	22.000	7.500	10.500	12.000
	* Booklet	Buah	10.000	16.100	20.000	12.000	6.500
	* Peta Wisata / Poster	Buah	-	-	-	-	5.000
	* Promotion Material Kit	Buah	-	-	2.000	3.000	-
	* Stiker	Buah	-	-	-	-	-
2	Pameran Pariwisata						
	* Tingkat Propinsi	Kali	3	1	3	2	1
	* Tingkat Nasional	Kali	6	1	8	5	1
	* Tingkat Internasional	Kali	-	3	5	4	1
3	Wisata Pengenalan						
	* Peserta Dalam Negeri	Orang	-	-	17	-	-
	* Peserta Luar Negeri	Orang	-	-	-	12	15
4	Media Informasi Pengiriman Petugas TIC Nasional	Orang	15	16	8	1	1
5	Penyelenggaraan Peristiwa Wisata						
	* Upacara Tradisional	Kali	37	32	37	35	32
	* Festival Kesenian	Kali	2	-	1	2	1
	* Peringatan Hadi Jadi	Kali	1	3	3	4	4
6	Pengiriman Bahan Promosi Cetak						
	* Ke Tingkat Propinsi	Eks	4.250	10.025	7.375	6.375	5.875
	* Ke Tingkat Nasional	Eks	6.800	16.040	11.800	10.200	9.400
	* Ke Tingkat Internasional	Eks	5.950	14.035	10.325	8.925	8.225
7	Pengiriman Tim Kesenian						
	* Tingkat Propinsi	Orang	-	-	-	-	-
	* Tingkat Nasional	Orang	1	1	1	-	-
	* Tingkat Internasional	Orang	-	1	3	-	-
8	Promosi Lewat Media Cetak						
	* Penulisan Artikel	Kali	-	-	12	12	12
	* Pasang Iklan Wisata	Kali	-	-	-	-	-
9	Program Siaran						
	* Radio	Kali	-	-	-	-	-
	* TVRI	Kali	-	4	3	3	-
	* TV Swasta	Kali	-	6	3	3	3

Sumber: Dinas Pariwisata, Jawa Tengah (2000).

**b. Tetap mengembangkan potensi yang sesuai dengan daerah**

Pemahaman tentang hal ini lebih banyak didasarkan pada fakta bahwa pengembangan yang sesuai dengan potensi daerah akan memacu ketertarikan yang lebih kuat dibandingkan dengan pengembangan yang tidak sesuai dengan potensi daerah. Alasan rasional dalam hal ini yaitu karena sisi pertimbangan adanya keterkaitan dengan aspek sosio-budaya dan juga pranata sosial - kemasyarakatan yang berkembang di daerah.



Selain itu, yang juga harus diperhatikan bahwa pengembangan ini janganlah mengabaikan nilai-nilai kultural yang ada. Artinya, bahwa proses pengembangan kepariwisataan tersebut haruslah merupakan nilai diversifikasi, baik secara horisontal ataupun vertikal dengan tidak lepas dari batas-batas keaslian yang ada di daerah-obyek wisata. Meski ini tak mudah tetapi pemerintah harus juga memperhatikan terhadap ancaman yaitu dalam bentuk transformasi sosial-budaya dan kemasyarakatan. Hal ini bukan tak beralasan sebab kasus kepariwisataan di Bali yaitu secara lambat tapi pasti ternyata telah mengakibatkan terjadi pergeseran dalam norma kehidupan dan perilaku.

Adanya kekhawatiran terhadap ancaman ini, maka tidak ada salahnya jika pemerintah baik pusat ataupun daerah serta khususnya dari masyarakat berkompeten untuk melakukan filterisasi atas semua bentuk dampak kepariwisataan, khususnya dari budaya barat yang diperkirakan tidak sesuai dengan norma ketimuran (khususnya bagi budaya setempat)

**c. Menghindarkan diri dari berbagai isu yang merugikan**

Pengembangan kepariwisataan, sekalipun itu mempunyai nilai peluang yang cukup besar, tetapi masih sangat rentan terhadap berbagai isu terutama isu yang terkait dengan hal stabilitas sospol. Bagaimanapun juga, kepariwisataan adalah identik dengan jaminan keselamatan, yaitu tidak saja keselamatan selama berwisata, tetapi juga ketika akan menuju dan atau meninggalkan obyek wisata. Oleh karena itu semua pihak yang

terkait dengan pengembangan kepariwisataan harus berkompeten dalam upaya menjaga citra dan stabilitas sebab hal ini sangatlah rentan dan jika sekali saja terjadi penurunan citra dan atau memburuknya jaminan atas stabilitas, maka secara otomatis akan memicu surutnya daya tarik dalam aspek kepariwisataan.

Aktualisasi terhadap proses untuk menjaga - membangun citra dan stabilitas pada dasarnya bukan hanya terfokus pada kewajiban bagi daerah dimana obyek wisata tersebut ada, tapi juga pemda setempat dan juga pemerintah pusat. Selain itu, keterkaitan dalam kawasan regional - global secara tidak langsung juga ikut berkompeten untuk membangun dan menjaga sektor kepariwisataan dari isu-isu yang tidak membangun. Jadi, hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa komitmen dalam membangun sektor kepariwisataan pada dasarnya merupakan tanggung jawab bersama, baik itu sektoral ataupun lintas sektoral secara sistematis dan berkelanjutan.

#### **d. Mengembangkan jaringan kepariwisataan**

Adanya keyakinan bahwa kepariwisataan adalah suatu kegiatan yang tidak tunggal dan cenderung kompleks maka yang juga harus lebih diperhatikan yaitu bagaimana membangun network dengan semua pihak dalam lingkup yang lebih luas. Proses pengembangan network ini akan berhasil jika ada kesepadanan dalam memahami urgensi pengembangan sektor kepariwisataan secara komprehensif. Terkait dengan hal ini maka



apa yang disampaikan oleh komunitas Masyarakat Pariwisata Bali (lihat di [http://mpr.wasantara.net.id/jurnal\\_su99/edisi\\_bp\\_7/masyarakat.htm](http://mpr.wasantara.net.id/jurnal_su99/edisi_bp_7/masyarakat.htm)) menarik untuk dikembangkan lebih lanjut sebab pada hakekatnya hal ini sangatlah terkait dengan proses pengembangan *network* kepariwisataan yaitu:

#### I. Otonomi Daerah Berkaitan dengan “Product Development” dan juga

Segala Kebijakan yang Terkait, yaitu melalui:

1. Peranan penuh dalam pengelolaan potensi wisata daerah:
  - a. Budaya, adat istiadat, tradisi masyarakat, dan peninggalan sejarah.
  - b. Melibatkan masyarakat setempat (aktif - proaktif - progresif).
  - c. Masyarakat sebagai subyek aktif (secara sistematis).
2. Penentuan kebijakan dalam pengambilan keputusan dalam bidang kepariwisataan:
  - a. Melibatkan semua komponen Pariwisata, contoh misal: BKPD (Badan Konsultasi Pariwisata Daerah).
  - b. Mitra kerja untuk meningkatkan kualitas produk pariwisata setempat khususnya dan nasional pada umumnya.
  - c. Perincian, klasifikasi, kode etik, tata krama, tata ruang (master plan), dan lain-lain yang terintergrasi secara konkret.

#### II. Peranan Pemerintah Pusat Terhadap Kepariwisata Indonesia

Peran aktif untuk lebih mendukung kegiatan pariwisata domestik dan internasional khususnya yang menyangkut sarana dan prasarana yaitu:

1. Infrastruktur, contoh: pelabuhan, bandara, jalan raya, penerangan, telekomunikasi, terminal, stasiun, saluran pembuangan limbah, dan fasilitas khusus untuk penyandang cacat.
2. Transportasi: darat, laut, dan udara.
3. Sumber Daya Manusia: kualitas SDM di jajaran pemerintah harus memiliki kemampuan dan wawasan yang luas tentang pariwisata.

- III. Konsep Kegiatan Promosi Pariwisata Secara Terpadu yang meliputi:
1. Sasaran promosi : domestik dan internasional yang terintegrasi
  2. Ditentukan oleh para pelaku industri sektor Pariwisata mengingat keterlibatan langsung terhadap industri pariwisata dan hal-hal yang terkait. Pelaksanaanya perlu didukung oleh pemerintah khususnya yang berkaitan dengan image umum tentang (pariwisata) Indonesia dalam skala internasional.
  3. Beberapa bentuk kegiatan promosi:
    - a. Pemerintah.
      - \* Pengenalan destinasi melalui media cetak dan elektronik, kantor-kantor promosi pariwisata di luar negeri.
      - \* Pengadaan bahan promosi berupa poster, calender of event, dan lain-lain
      - \* "Educational program" untuk pengenalan tujuan wisata bagi para pelaku pariwisata, wartawan, baik domestik maupun mancanegara.
      - \* Social events : Coctail pada trade-shows, proses conference, pameran pariwisata dan budaya.
    - b. Swasta
      - \* Pembuatan dan pengenalan produk baru.
      - \* Partisipasi aktif pada event-event internasional.
      - \* Educational tours.
      - \* Dan lain-lain.
  4. Mengingat kebutuhan promosi masing-masing daerah berbeda satu dan lainnya, maka perlu dibentuk sebuah badan promosi nasional yang dapat mengakomodasikan - mengkoordinasikan kepentingan daerah sehingga bisa membentuk image pariwisata Indonesia yang sesuai dengan semboyan *Bhineka Tunggal Ika*. Agar supaya sektor pariwisata benar-benar lebih siap untuk berpartisipasi dalam usaha pemulihan ekonomi Indonesia, maka perlu dipertimbangkan untuk segera dilaksanakan :
    - a. Pembebasan biaya fiskal untuk kegiatan promosi pariwisata ke luar negeri.
    - b. Pengadaan dana (ad hoc) promosi pemerintah (pusat maupun daerah) untuk mendukung kegiatan promosi.
    - c. Pembentukan Badan Promosi Wisata (tingkat pusat maupun daerah).
    - d. Memasukan sektor pariwisata dalam GBHN dan APBN.
    - e. Membentuk instansi khusus kepariwisataan setara Departemen yang dipimpin oleh seorang pejabat tinggi setara menteri. Pada saat yang sama dibentuk suatu Dewan Pariwisata (Nasional dan Daerah) yang terdiri dari unsur swasta pelaku industri



pariwisata, di mana badan ini bersifat independen dan dibiayai oleh pemerintah.

#### **4. Ancaman**

Pemahaman tentang ancaman tentunya tak bisa mengesampingkan atas sisi kekuatan, kelemahan dan peluang yang ada sebab bagaimanapun juga ini merupakan suatu keterpaduan secara sistematis. Ancaman utama dari sektor kepariwisataan di Jawa Tengah adalah apabila masyarakat Jawa Tengah dan juga pemda tidak mensikapi semua kekuatan, kelemahan, dan peluang yang di miliki. Oleh karena itu, permasalahan utama dari ketiganya tidak bisa lagi dipandang sebelah mata. Artinya, bahwa memandang remeh terhadap proses persoalan ini pada gilirannya justru akan mengakibatkan kerugian bagi nilai akses kepariwisataan di Jawa Tengah, implisit bagi nilai penerimaan daerah (termasuk juga kaitannya dengan pelaksanaan otonomi daerah).

Selain itu, ancaman lain adalah bagaimana menyeimbangkan potensi dari sektor kepariwisataan daerah lain. Bagaimanapun juga, batas geografis yang sangat tipis antara Jawa Tengah, Jogjakarta, Jawa Barat, dan juga Jawa Timur secara tidak langsung merupakan ancaman yang serius sebab masing-masing daerah tentunya juga berkeinginan untuk lebih mengoptimalkan nilai kepariwisataan yang dimilikinya. Realitas tuntutan kompetisi ini secara tidak langsung justru menjadi peluang, tapi disisi lain menjadi ancaman yang tidak bisa dianggap remeh.

Termasuk juga dalam kaitan dengan tantangan ini yaitu optimalisasi terhadap pengembangan SDM di sektor kepariwisataan, tidak saja di Jawa Tengah tapi juga nasional. Pemahaman tentang hal ini tentunya lebih banyak didasarkan pada fakta bahwa salah satu faktor yang mendukung keberhasilan pengembangan sektor kepariwisataan adalah ketersediaan SDM yang handal dalam arti kualitas, bukan justru terfokus pada kuantitasnya semata. Meski ini tidak mudah untuk dicapai, namun mengingat tantangan ke depan dalam sektor kepariwisataan yang kompleks dan juga implikasinya terhadap agenda pelaksanaan otonomi daerah, maka tidak ada alasan lain untuk tidak memacu pengembangan potensi SDM di sektor kepariwisataan.

Selain itu, salah satu ancaman yang juga harus serius untuk dipikirkan adalah bagaimana meminimalisasi terjadinya proses transformasi, khususnya dalam aspek perilaku sosial - budaya kemasyarakatan. Kekhawatiran dalam hal ini tentunya lebih banyak mengacu pada kasus kepariwisataan Bali yang dalam beberapa tahun terakhir seiring dengan melonjaknya kontribusi akses kepariwisataan Bali, ternyata justru diikuti dengan semakin menipisnya nilai pranata sosial kemasyarakatan (termasuk juga semakin kuatnya sisi penetrasi budaya barat). Oleh karena itu, ancaman ini harus mendapat perhatian lebih.



Termasuk juga dalam kaitan dengan tantangan ini yaitu optimalisasi terhadap pengembangan SDM di sektor kepariwisataan, tidak saja di Jawa Tengah tapi juga nasional. Pemahaman tentang hal ini tentunya lebih banyak didasarkan pada fakta bahwa salah satu faktor yang mendukung keberhasilan pengembangan sektor kepariwisataan adalah ketersediaan SDM yang handal dalam arti kualitas, bukan justru terfokus pada kuantitasnya semata. Meski ini tidak mudah untuk dicapai, namun mengingat tantangan ke depan dalam sektor kepariwisataan yang kompleks dan juga implikasinya terhadap agenda pelaksanaan otonomi daerah, maka tidak ada alasan lain untuk tidak memacu pengembangan potensi SDM di sektor kepariwisataan.

Selain itu, salah satu ancaman yang juga harus serius untuk dipikirkan adalah bagaimana meminimalisasi terjadinya proses transformasi, khususnya dalam aspek perilaku sosial - budaya kemasyarakatan. Kekhawatiran dalam hal ini tentunya lebih banyak mengacu pada kasus kepariwisataan Bali yang dalam beberapa tahun terakhir seiring dengan melonjaknya kontribusi akses kepariwisataan Bali, ternyata justru diikuti dengan semakin menipisnya nilai pranata sosial kemasyarakatan (termasuk juga semakin kuatnya sisi penetrasi budaya barat). Oleh karena itu, ancaman ini harus mendapat perhatian lebih.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

Dalam bab ini lebih banyak menitikberatkan pada kajian tentang kesimpulan dari penelitian ini. Selain itu, juga mengkaji tentang saran-saran yang diperlukan bagi proses perbaikan ke depan.

#### **A. Kesimpulan**

1. Bahwa potensi kepariwisataan di Jawa Tengah masih sangat prospektus untuk dapat lebih dikembangkan. Hal ini dapat terlihat dari keberagaman DTW yang dimiliki (*lihat tabel 4.2*). Aktualisasi terhadap proses pengembangan tersebut pada gilirannya akan memberikan kemanfaatan yang sangat besar, yaitu tidak saja penerimaan daerah, tapi juga kesejahteraan masyarakat sekitar DTW dan juga penyerapan tenaga kerja karena sektor kepariwisataan cenderung padat karya (meski tidak menutup kemungkinan juga bersifat padat modal).
2. Keterkaitan terhadap keberagaman obyek wisata tersebut, ternyata ada suatu proses kecenderungan bahwa dalam 5 tahun terakhir terjadi penurunan jumlah kunjungan wisatawan di DTW Jawa Tengah. Aktualisasi terhadap kondisi ini secara tidak langsung mengakibatkan terjadinya penurunan pendapatan daerah dan juga penerimaan bagi masyarakat.
3. Realitas tentang terjadinya penurunan kunjungan wisatawan tersebut ternyata dipengaruhi banyak faktor, yaitu tidak saja faktor internal tetapi juga eksternal termasuk juga dalam hal ini adalah faktor isu-rumor dalam skala nasional. Ini



nampaknya menjadi pelajaran berharga bagi semua pihak yang terkait dengan proses pengembangan sektor kepariwisataan, tidak saja di Jawa Tengah, tetapi juga Indonesia pada umumnya.

4. Meskipun terjadi penurunan arus wisatawan, tetapi akumulasi penerimaannya masih tetap tinggi. Hal ini memang harus dicermati sebab bisa saja dari proses penurunan kunjungan wisatawan tersebut ternyata justru diikuti dengan akses naiknya belanja wisatawan. Meski demikian fakta terjadinya akses penurunan kunjungan wisatawan tidak dapat diabaikan sebab ini justru menjadi ancaman yang serius bagi prospektus ke depan.
5. Urgensi terhadap proses pengembangan sektor kepariwisataan akan memacu penerimaan daerah, termasuk juga dalam hal ini adalah peningkatan PAD bagi aktualisasi otonomi daerah (meskipun dalam periode tahun 1999/2000 justru mengalami penurunan). Oleh karena itu, tidak ada salahnya jika pemerintah daerah lebih memacu alokasi pendanaan bagi sektor kepariwisataan.
6. Terkait dengan hal diatas ternyata pemda masih setengah hati dalam berusaha mengembangkan sektor kepariwisataan. Paling tidak, hal ini dapat terlihat dari masih minimnya alokasi dana dari APBD (*lihat tabel 4.6*). Fakta ini tentunya sangatlah bertentangan dengan respon masyarakat terhadap keinginannya bagi pengembangan sektor kepariwisataan secara lebih profesional, implisit untuk memacu proses kesejahteraan dan penerimaan daerah, khususnya dalam PAD.
7. Mengacu pada respons masyarakat terhadap urgensi pengembangan sektor ini ternyata ada hubungan yang erat antara keberhasilan dalam pengembangannya dengan peningkatan taraf kesejahteraan masyarakat. Paling tidak, hal ini dapat

terlihat dari perubahan taraf kehidupan sosial - kemasyarakatan secara berkala seiring dengan pengembangan sektor kepariwisataan di DTW.

8. Aktualisasi terhadap keberhasilan bagi pengembangan sektor kepariwisataan, ternyata justru diikuti arus migrasi (*kaum boro*), baik antar daerah atau antar kecamatan. Disatu sisi fenomena ini memang wajar, tetapi disisi lain, fakta ini bisa memicu kerawanan dan intrik sosial. Oleh karena itu, fenomena ini harus diwaspadai secara lebih intensif.
9. Bahwa sektor kepariwisataan di Jawa Tengah mempunyai potensi kekuatan yaitu dalam bentuk keragamannya, baik itu wisata alam, wisata laut, ataupun wisata buatan yang memadukan semua unsur kepariwisataan secara sistematis dan komprehensif. Meski demikian potensi kekuatan ini masih belum semua dioptimalkan dan ini jelas menjadi tantangan ke depan bagi semua pihak yang berkompeten dengan pengembangan sektor kepariwisataan.
10. Adanya kenyataan tentang masih belum dioptimalkannya semua nilai potensi obyek wisata di Jawa Tengah maka secara tak langsung ini justru menunjukkan kondisi kelemahan sektor kepariwisataan di Jawa Tengah. Oleh karena itu, hal ini akan menjadi kelemahan yang kronis - serius jika tidak diantisipasi secara lebih dini dan yang jelas ini butuh perhatian bersama.
11. Meskipun akses potensi pengembangan sektor kepariwisataan di Jawa Tengah mempunyai kekuatan dan kelemahan, namun ke depan ternyata sektor ini juga mempunyai peluang yang sangat besar, yaitu salah satunya adalah adanya sisi keterkaitan dengan slogan Joglosemar yang tidak lain adalah suatu agenda riil bagi pengembangan segitiga kawaan Jogjakarta, Solo dan Semarang.

12. Fakta tentang kepariwisataan di Jawa Tengah juga tidak bisa terlepas dari sisi ancaman. Hal ancaman utamanya yaitu jika masyarakat Jawa Tengah dan juga pemda tidak berkompeten dengan proyek dan program pengembangan sektor kepariwisataan Jawa Tengah sebab hal ini justru akan mematikan semua nilai potensi kepariwisataan, baik itu potensi internal ataupun eksternal.

## **B. Saran**

1. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang sangat tinggi. Semua potensi tersebut mempunyai peranan yang sangat penting bagi pengembangan kepariwisataan, khususnya wisata alam. Bahwa Jawa Tengah juga tidak terlepas dari semua potensi ini dan tentunya ini harus lebih dikembangkan secara terpadu dan berkelanjutan
2. Potensi Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam (ODTWA) yang dimiliki Jawa Tengah, antara lain berupa keanekaragaman hayati, keunikan dan keaslian budaya tradisional, keindahan alam, gejala alam, peninggalan sejarah/budaya yang secara optimal harus lebih dipacu untuk kesejahteraan masyarakat.
3. Keseluruhan potensi ODTWA merupakan nilai sumber daya ekonomi yang bernilai tinggi dan sekaligus merupakan media pendidikan dan pelestarian lingkungan. Oleh karena itu harus dapat dikembangkan secara komprehensif. Sasaran tersebut dapat tercapai melalui pengelolaan dan pengusaha yang benar dan terkoordinasi, baik lintas sektoral maupun swasta yang berkaitan dengan pengembangan kegiatan pariwisata alam, misalnya kepariwisataan,



biro perjalanan, pemerintah daerah, lingkungan hidup, dan lembaga swadaya masyarakat.

4. Dalam pengembangan kegiatan pariwisata alam terdapat dampak positif dan dampak negatif, baik dalam masalah ekonomi, sosial, dan lingkungan alami. Dampak positifnya antara lain menambah sumber penghasilan dan devisa, menyediakan kesempatan kerja dan usaha, mendorong perkembangan usaha-usaha baru dan diharapkan mampu meningkatkan sisi kesadaran masyarakat / wisatawan tentang konservasi sumber daya alam. Dampak positif perlu untuk ditingkatkan. Dampak negatifnya yaitu antara lain misal gangguan terhadap ODTWA (erosi - vandalisme), dan munculnya kesenjangan sosial. Dampak negatif ini perlu mendapatkan perhatian dan ditanggulangi secara bersama antara pihak terkait.
5. Upaya-upaya promosi perlu dikembangkan lebih lanjut melalui berbagai media oleh instansi pusat, daerah maupun swasta (dan tentunya juga harus didukung dengan alokasi pendanaan yang proporsional).
6. Perlu adanya dukungan secara formal yaitu misalnya dalam bentuk regulasi dan perundangan bagi proses pengembangan kepariwisataan, termasuk juga dalam hal ini adalah pengembangan obyek wisata alam. Beberapa Peraturan Perundangan yang telah disusun untuk menunjang pengembangan kegiatan pariwisata alam dan upaya konservasi antara lain:
  - a. UU No. 5 Tahun 1990 tentang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya;
  - b. UU No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata;

- c. PP No. 18 Tahun 1994 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam di Zona Pemanfaatan Taman Nasional, Taman Hutan Raya, dan Taman Wisata Alam;
  - d. Keputusan Menhut No. 441/Kpts-II/1994 tentang Sarana Prasarana Pengusahaan Pariwisata Alam;
  - e. Keputusan Menhut No. 441/Kpts-II/1990 tentang Pengenaan Iuran Pungutan Usaha di Hutan Wisata, Taman Nasional, Taman Hutan Raya, dan Taman Wisata Laut;
  - f. Keputusan Menhut No. 446/Kpts-II/1996 tentang Tata Cara, Permohonan, Pemberian dan Pencabutan Izin Pengusahaan Pariwisata Alam;
  - g. Keputusan Menhut No. 878/Kpts-II/1992 tentang Tarif Pungutan Masuk ke Hutan Wisata, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Laut;
  - h. Keputusan Menhut No. 447/Kpts-II/1996 tentang Pembinaan dan Pengawasan Pengusahaan Pariwisata Alam.
7. Kegiatan pengusahaan pariwisata alam di kawasan pelestarian alam (Taman Nasional, Taman Wisata Alam dan Taman Hutan Raya) seharusnya tidak termasuk dalam daftar bidang usaha yang tertutup bagi penanaman modal. Perlu diketahui bahwa yang diperkenankan untuk membuka usaha di bidang pengusahaan pariwisata alam ialah perusahaan yang telah berbadan hukum Indonesia dan berlokasi di Indonesia. Namun demikian, pernyataan tersebut tidak berarti bahwa usaha ini tertutup bagi modal asing. Pembelian saham oleh warga negara asing juga sangat dimungkinkan.
8. Dalam kaitannya dengan butir di atas, kita masih dituntut untuk teliti dalam memilah kegiatan-kegiatan apa yang boleh ditangani tenaga asing, terutama untuk meminimalisasi aspek intervensi. Sebagai contoh, misal tour operator sebaiknya tidak diserahkan kepada pihak luar karena merupakan kegiatan strategis yang perlu kita tangani sendiri.

9. Dalam proses pembangunan sarana - prasarana pariwisata alam di kawasan pelestarian alam, beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain:
- a. Sarana-prasarana dibangun di zona/blok pemanfaatan dan tidak lebih dari 10% dari zona/blok tersebut
  - b. Tidak merubah bentang alam.
  - c. Menggunakan arsitektur setempat.
  - d. Tinggi bangunan tidak melebihi tinggi tajuk.
10. Perlu dilakukan suatu strategi secara komprehensif terhadap pengembangan sektor kepariwisataan, termasuk juga dalam hal ini adalah sisi pengembangan obyek wisata alam, yaitu:
- a. Pengembangan ODTWA sangat erat kaitannya dengan nilai peningkatan produktifitas sumber daya hutan dalam konteks pembangunan ekonomi regional maupun nasional, sehingga selalu dihadapkan pada fakta kondisi interaksi berbagai kepentingan yang melibatkan aspek kawasan hutan, pemerintah, aspek masyarakat, dan pihak swasta di dalam suatu sistem tata ruang wilayah.
  - b. Kendala pengembangan ODTWA berkaitan erat dengan sejumlah faktor:
    - Instrumen kebijaksanaan dalam pemanfaatan dan juga pengembangan fungsi kawasan untuk dapat lebih mendukung nilai potensi ODTWA.
    - Efektifitas fungsi dan peran ODTWA ditinjau dari aspek koordinasi instansi terkait.
    - Kapasitas institusi dan kemampuan SDM dalam pengelolaan ODTWA di kawasan hutan.
    - Mekanisme peran serta masyarakat dalam pengembangan pariwisata alam.
  - c. Strategi pengembangan ODTWA meliputi berbagai sisi pengembangan :
    - **Aspek Perencanaan Pembangunan ODTWA** yang antara lain yaitu mencakup sistem perencanaan kawasan, penataan ruang (tata ruang wilayah), standarisasi, identifikasi potensi, koordinasi lintas sektoral, pendanaan, dan sistem informasi ODTWA.
    - **Aspek Kelembagaan** meliputi pemanfaatan dan proses peningkatan kapasitas institusi, sebagai mekanisme yang dapat mengatur berbagai kepentingan, secara operasional merupakan organisasi dengan SDM dan PP yang sesuai dan memiliki efisiensi tinggi.
    - **Aspek Sarana dan Prasarana** yang memiliki dua sisi kepentingan, yaitu (1) alat untuk memenuhi kebutuhan pariwisata alam, (2) sebagai hal pengendalian dalam rangka memelihara keseimbangan lingkungan,



pembangunan sarana dan prasarana dapat meningkatkan daya dukung sehingga upaya pemanfaatan dapat dilakukan secara optimal.

- **Aspek Pengelolaan**, yaitu dengan mengembangkan profesionalisme dan pola pengelolaan ODTWA yang siap mendukung semua kegiatan pariwisata alam dan mampu memanfaatkan potensi ODTWA secara lestari dan berkelanjutan.
  - **Aspek Pengusahaan** yang memberi akses kesempatan dan mengatur pemanfaatan ODTWA untuk tujuan pariwisata yang bersifat komersial kepada pihak ketiga dan membuka lapangan kerja bagi masyarakat setempat.
  - **Aspek Pemasaran** dengan mempergunakan teknologi tinggi dan juga bekerja sama dengan berbagai pihak baik dalam negeri maupun luar negeri.
  - **Aspek Peran Serta Masyarakat** melalui kesempatan-kesempatan usaha sehingga ikut membantu tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
  - **Aspek Penelitian dan Pengembangan** yang meliputi aspek fisik dan lingkungan, serta sosial ekonomi dari ODTWA. Diharapkan nantinya mampu menyediakan informasi bagi pengembangan - pembangunan kawasan, kebijaksanaan dan arahan pemanfaatan ODTWA.
- d. Dalam rangka untuk menemukan dan mengenali serta mengembangkan ODTWA perlu untuk segera dilaksanakan inventarisasi terhadap potensi nasional ODTWA secara bertahap-berkelanjutan sesuai prioritas dengan memperhatikan keunggulan saing dan keunggulan banding, kekhasan obyek, kebijaksanaan pengembangan serta aspek ketersediaan dana dan tenaga.
- e. Potensi Nasional ODTWA yang sudah ditemukan dan dikenali segera diinformasikan dan dipromosikan kepada calon penanam modal.
- f. Dalam rangka proses optimalisasi fungsi ODTWA perlu untuk lebih diupayakan proses pengembangan pendidikan konservasi melalui proses pengembangan sistem interpretasi ODTWA dan juga kerjasama dengan instansi terkait, termasuk juga lembaga-lembaga pendidikan, penelitian, penerangan masyarakat, dan lain-lain.
- g. Perlu dikembangkan sistem kemitraan dengan pihak swasta, lembaga swadaya masyarakat yang ada, dalam rangka mendukung optimalisasi pengembangan ODTWA.
- h. Pengembangan ODTWA merupakan sub-sistem dari pengembangan pariwisata daerah dan pengembangan wilayah pada umumnya yang secara langsung maupun tidak langsung memberi manfaat lebih bagi masyarakat setempat. Pemerintah Daerah berkewajiban melaksanakan koordinasi, perencanaan, pelaksanaan serta monitoring pengembangan obyek dan daya tarik wisata alam. Secara lebih terperinci saran - saran ini terlihat di <http://mofrinet.cbn.net.id/informasi/phpa/EWISATa.HTM>

## DAFTAR PUSTAKA

- Binarwan, Robby (1998), Peranan PT.Perkebunan Nusantara VIII dalam pengembangan wisata Agro Gunung Mas (sebuah tinjauan awal), *Jurnal Pariwisata*, vol.1, tahun III, Oktober, hal.32 – 41.
- BPS, Jawa Tengah dalam angka beberapa terbitan
- Dharmmesta, BS (1997), Meningkatkan daya saing perusahaan dalam era persaingan global, *Jurnal Kajian Bisnis*, STIE Widya Wiwaha, no.10 Januari, hal.47-60.
- ..... (1997), Pemasaran produk kerajinan: tinjauan strategik menghadapi globalisasi pasar, *Kajian Bisnis*, no.11 mei-sept, hal.1-10.
- Isdaryono, (1998), Penelitian gejala kejenuhan wisman terhadap daya tarik wisata sebagai salah satu faktor penurunan tingkat pertumbuhan wisman ke Indonesia tahun 1990 – 1995 (studi kasus di Bali), *Jurnal Pariwisata*, vol.1, tahun III, Oktober, hal.22 – 31.
- Johannes (1997), Pengembangan kepariwisataan daerah dalam telaah glóbal, *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Parpostel*, vol. 5, no.5, desember 1997, hal 28-33.
- Jusuf, S (1997), Perkembangan dan pengembangan pariwisata nasional serta kecenderungan pariwisata internasional, *Kelola*, no.16, vol.VI, hal.15-27.
- Nugroho, H (1997), Industrialisasi sektor pariwisata: pintu masuk pembangunan atau pelembagaan keterbelakangan?, *Kelola*, no.16, vol.VI, hal.,28-38.
- Majalah Manajemen, no. 147 nopember 2000
- McIntosh, R.W dan Goeldener, C.R (1994), *Tourism Principles, Practices, Philosophies*, 4<sup>th</sup>, Columbus, Ohio: Grid Publishing.
- Mulahela, D (1999), *Hotel, Pariwisata, dan Pemilu*, Jakarta: Bisnis Indonesia.
- parikesit, D dan W.Trisnadi (1997), Kebijakan kepariwisataan Indonesia dalam pembangunan jangka panjang, *Kelola*, no. 16, vol. VI, hal.1-14.
- Saputro, EP (1998), *Identifikasi perkembangan perbankan di Jawa Tengah: suatu strategi pemasaran untuk retail banking*, Laporan penelitian UMS (tidak dipublikasikan).
- Wiyasa, I Gde (1997), Hotel ramah lingkungan, alternatif hotel masa depan, *Kelola*, no.16, vol. VI, hal. 39-49.